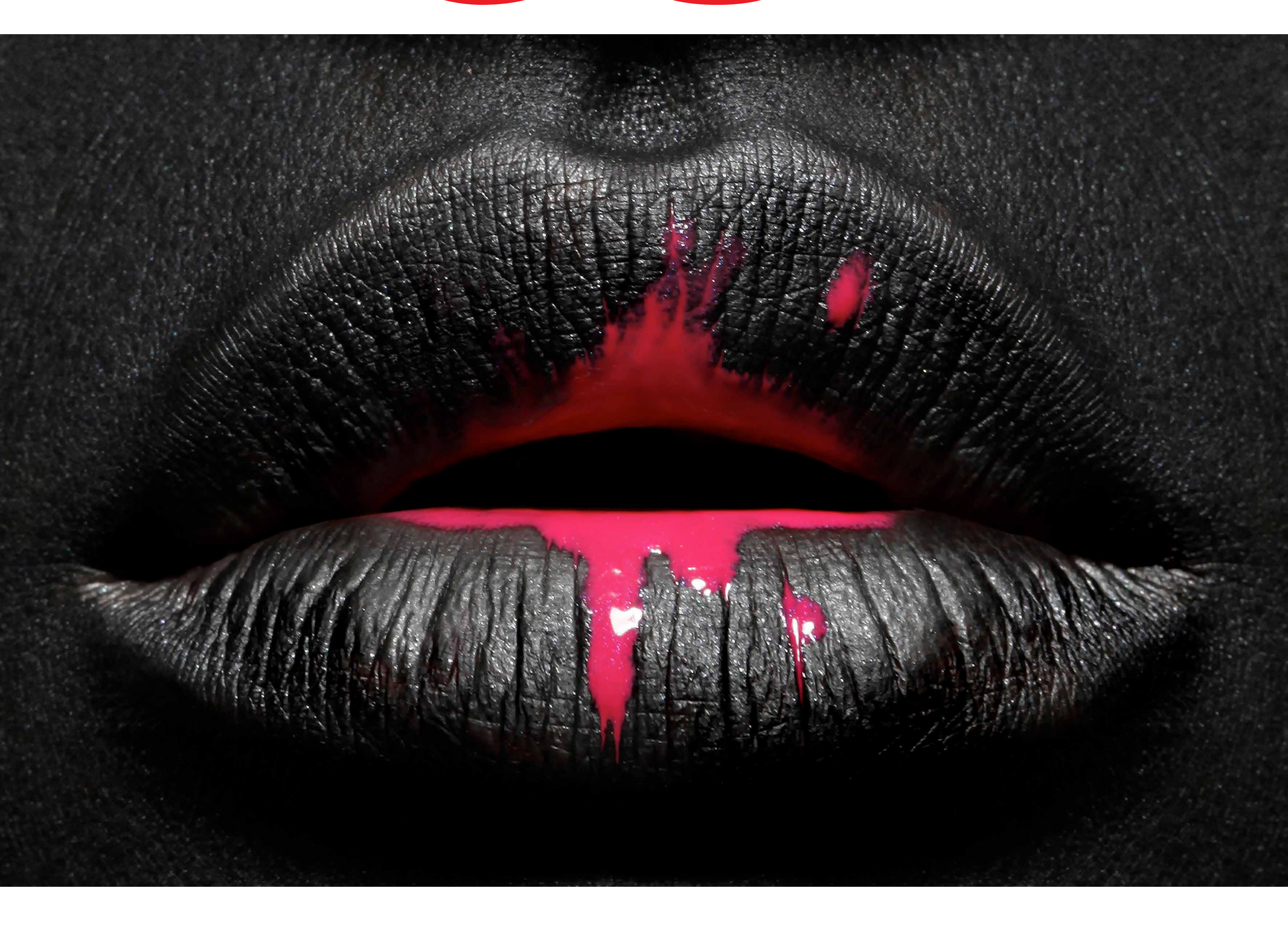
VISUELL



visuell Inhalt

ISSN 2366-6811
Deutschland 5,90
Österreich 5,90
Schweiz 6,90 CHF

VISUM.

Reise mit der ältesten deutschen Fotografenagentur durch die Zeitgeschichte

action press.

Die Hamburger Agentur visualisiert Entertainment, Politik, Sport & Zeitgeschehen

Glampool.

hochwertige Fotoproduktionen mit Persönlichkeiten aus Kino, TV, Sport, Politik und Kultur

Highland Games Star Neil Elliott beim Baumstammwerfen - Foto: Kieran Dodds



Baden-Baden Kur & Tourismus, Neues Schloss

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Glamour, Schönheit, Erfolg, Macht und Reichtum faszinieren seit jeher. Staunend schaut man auf diese Dinge, die für einen selbst in scheinbar unerreichbarer Ferne liegen. Häufig jedoch trügt der schöne Schein und die Realität hinter der Fassade ist ganz anders als man vermutet.

Für den Fotografen, der die faszinierenden Attribute in Bildern zeigen und Hintergründe aufdecken will, besteht die Kunst darin, sich vorher zu überlegen, was er mit seinen Bildern aussagen will und dann diese Aussage in seine Aufnahmen zu kreieren. Der Unterschied zwischen den Fotos, die nur die Neugierde befriedigen sollen, wie meistens in der Yellow Press oder in Magazinen und Informationspublikationen, in denen die Bilder in der Regel tiefgründiger sind, dürfte unverkennbar sein.

Die Fotos der Bildagenturen action press, VISUM und Glampool zeigen Beispiele, auf welche Art und Weise man dieses Sujet visualisieren kann. Die Bilder von VISUM mit den Gesichtern von Politikern und Prominenten der Zeitgeschichte unterscheiden sich in der Aussage deutlich von den Bildern der Agentur Glampool mit Bildern von Persönlichkeiten aus TV und Film, in denen mehr Wert auf Glamour, Schönheit gelegt wurde. Mit action press zeigen wir in diesem Heft Beispiele, wie Highlights aus dem Leben der Royals, Entertainment und Zeitgeschehen für den Betrachter professionell dargestellt werden können.

Mit besten Grüßen aus dem Nordschwarzwald

Ihr Dieter Franzen

Titel-Foto: © Bildagentur Glampool

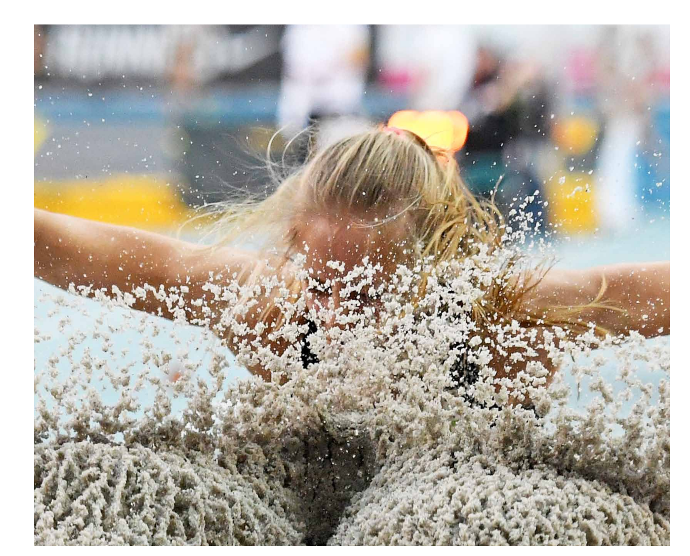




Fürstenfeldbruck

Köln





Hamburg

Zingst



Neben dem Tagesgeschäft sind viele Fotografen bemüht, eigene Fotoprojekte zu realisieren. Sie bieten den Vorteil unabhängig von Auftraggebern oder sonstiger Mitsprache Dritter Themen zu verfolgen und den eigenen fotografischen Stil zu pflegen – oder ganz neue Techniken und Bildsprachen auszuprobieren. Nicht selten entstehen auch große Portrait-Geschichten im Rahmen freier Projekte. Gerhard Schröder war schon Ministerpräsident in Niedersachsen als Rudi Meisel ihn längere Zeit mit der Kamera begleiten durfte und ungewöhnlich nahe Aufnahmen des Politikers machte. © XXX

Kopfbilder

Die Agentur VISUM aus Hannover genießt den Ruf einer hervorragenden „Reportage-Agentur“. Tatsächlich spielt aber die Portrait-Fotografie eine tragende Rolle im Geschäft Deutschlands ältester Fotografenagentur.

„Portraits von Politikern und Wirtschaftsführern waren von Anbeginn, also vor mehr als 45 Jahren, wichtig für unsere Agentur“, so Alfred Büllesbach, Geschäftsführer von VISUM. „Portraits bescherten Fotoaufträge und waren gut für den Archivverkauf“. Daran hat sich bis heute nichts geändert. „Was zählt ist die Qualität“, so Alfred Büllesbach, „als relativ kleine Agentur brauchen wir außergewöhnliche Aufnahmen und sind daher stolz darauf, dass wir Top-Fotografen mit sehr unterschiedlichen fotografischen Handschriften vertreten“. Für VISUELL zeigt Alfred Büllesbach Arbeiten von VISUM-Fotografen aus 45 Jahren und stellt ihre unterschiedliche Arbeitsweise vor.



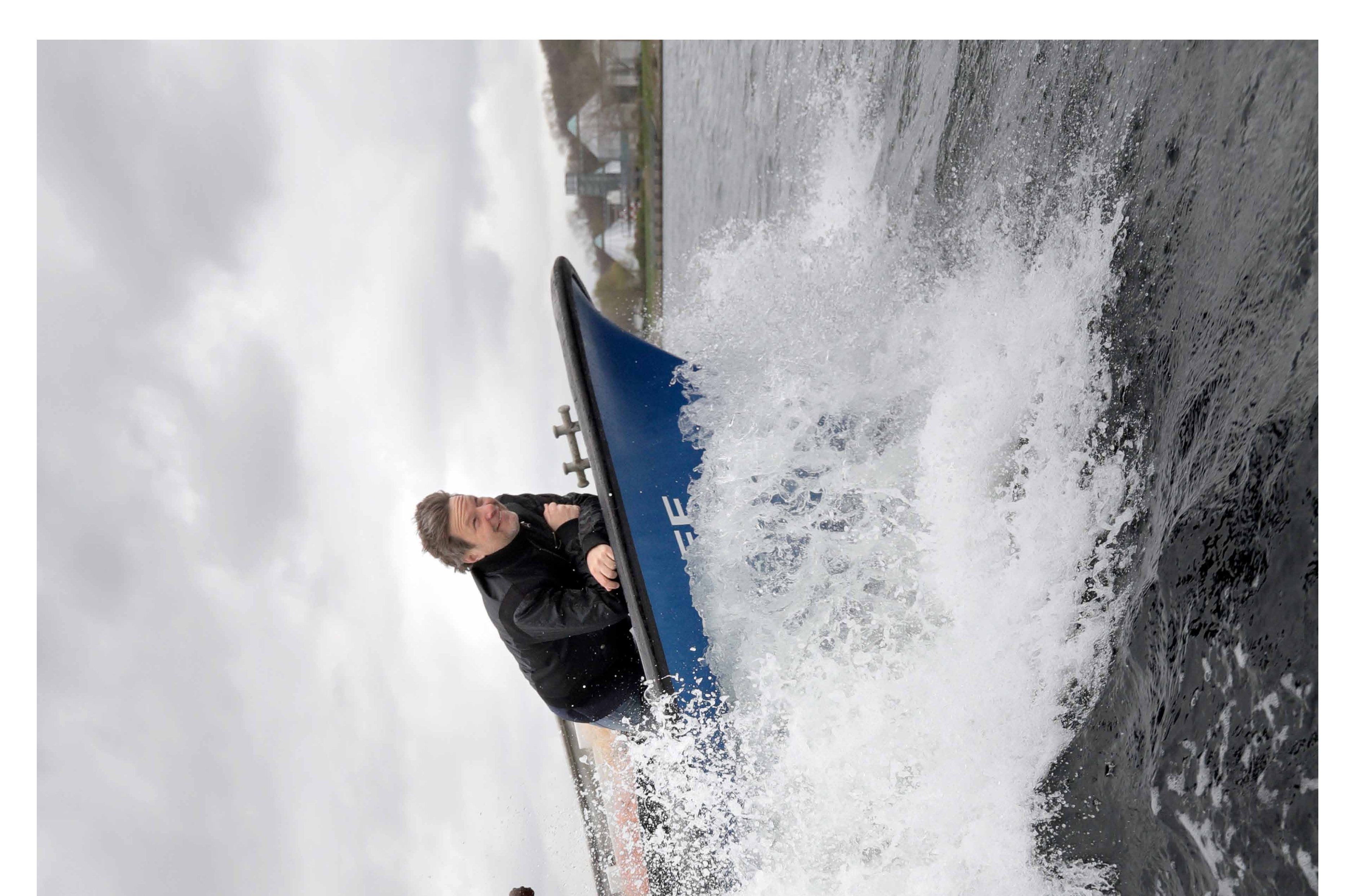
Das andere Merkel-Foto. Stefan Boness gewann mit diesem Foto 2014 den Fotowettbewerb „Rückblende“. Es zeigt die Bundeskanzlerin Angela Merkel zusammen mit Mitarbeitern, während sie auf die Ankunft der polnischen Ministerpräsidentin im Bundeskanzleramt anlässlich ihres Staatsbesuches wartet. Fotografen haben bei solchen protokollarischen Ereignissen nur begrenzte Bewegungsfreiheit. Stefan Boness ging das Risiko ein, auf den sicheren Fototribünenplatz zu verzichten, um das „alternative“ Foto machen zu können. Das Risiko hat sich ausgezahlt, die Position der Kanzlerin stimmt, die Farbe ihrer Kleidung und das Licht. Boness hat eine ganze Bilderserie fotografieren können, deren Bilder oft gedruckt wurden. © Stefan Boness/Ipon

VISUM ist die älteste Fotografenagentur in Deutschland. Sie wurde von Fotografen gegründet, befindet sie sich nach wie vor im Besitz von Fotografen. VISUM vertritt die Arbeiten von mehr als 100 Fotografen und gehört zu den bekanntesten Agenturen in der Magazinfotografie. Die Fotografen der Agentur arbeiten für Magazine wie Stern, Spiegel und GEO, Zeitungen wie FAZ, die Süddeutsche Zeitung, DIE ZEIT sowie für diverse Unternehmen und Werbeagenturen.

Angefangen hatte VISUM 1975 in Essen, als die drei Fotografen André Gelpke, Gerd Ludwig und Rudi Meisel, alle Schüler von Otto Steinert an der Essener Folkwang Schule, nach ihrem Fotografie-Studium beschlossen, zusammenzuarbeiten anstatt als Konkurrenten gegeneinander. Ihre „Foto GmbH“ hatte Erfolg – die Agentur wurde Wegbereiter und Vorbild späterer Agenturgründungen. Denn mit einer Agentur im Rücken ließen sich Fotogenehmigungen bei Veranstaltungen und schwierige Verhandlungen mit Kunden leichter managen. Außerdem ermöglichte der organisierte Verkauf von Archivbildern ein weiteres Honorar.

„Der eigentliche Vorteil der Agentur lag aber nicht in den praktischen Annehmlichkeiten einer Bürogemeinschaft, sondern in der Qualitätssicherung durch gegenseitige Bildkorrekturen“, erinnert sich VISUM-Gründer Rudi Meisel. Ende der 70er Jahre bot die Umstellung



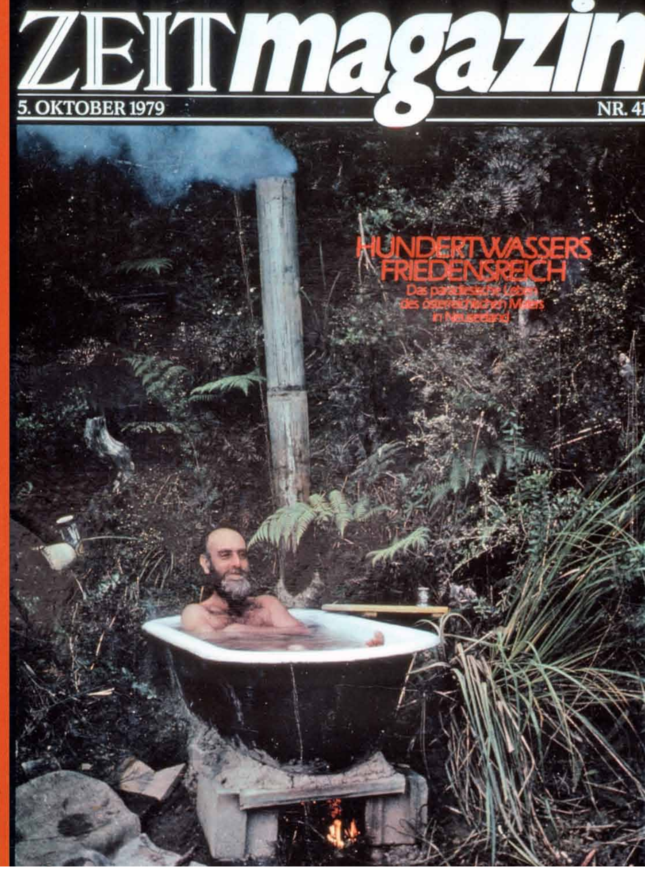


Im Januar 2018 wurde Robert Habeck zum Bundesvorsitzenden der Grünen gewählt. Oft veröffentlicht wurde in diesem Zusammenhang das Bild des Fotografen Michael Staudt, das den Politiker am Bug eines vorpreschenden Bootes zeigt. Entstanden ist das Foto acht Monate zuvor bei einem Pressetermin, genauer gesagt: nach einem Pressetermin. Der eigentliche Pressetermin ergab eher unspektakuläre Fotos. Der Umweltminister ließ sich von Fischern im Flensburger Hafen ein technisches Schutzsystem erklären, das den Beifang von Schweinswalen reduzieren soll. Pressevertreter filmten und fotografierten den Minister von Booten aus. Zu dem Bug-Foto kam es, als der eigentliche Termin vorbei war und alle Boote zum Hafen zurückfuhren. Zufällig entdeckte der Fotograf das Minister-Boot hinter sich und machte als einziger Fotograf dieses Foto.g.© Michael Staudt / VISUM



Der Fotograf Andy Ridder ist spezialisiert auf Business-Portraits. Oft hat er es mit Menschen zu tun, die keine Zeit haben, zumindest nicht um fotografiert zu werden. Auch die Location liegt oft außerhalb der Kontrolle des Fotografen, wenn der Ort vorgegeben wird, sei es in Büroräumen, Industriehallen oder in der Wohnung. Der Fotograf muss das Beste draus machen. Beim Portrait des Filmproduzenten Jochen Laube kam beides zusammen. Es stand wenig Zeit und auch nur ein Ort zur Verfügung. Herausgekommen ist ein spannendes Foto. Andy Ridder entschied, das ganze Foto-Equipment mit aufs Bild zu nehmen. Die Inszenierung sollte sichtbar sein, schließlich ist es doch der Beruf des Abgebildeten zu inszenieren, nämlich Geschichten fürs Fernsehen und Kino.e.
© Andy Ridder / VISUM





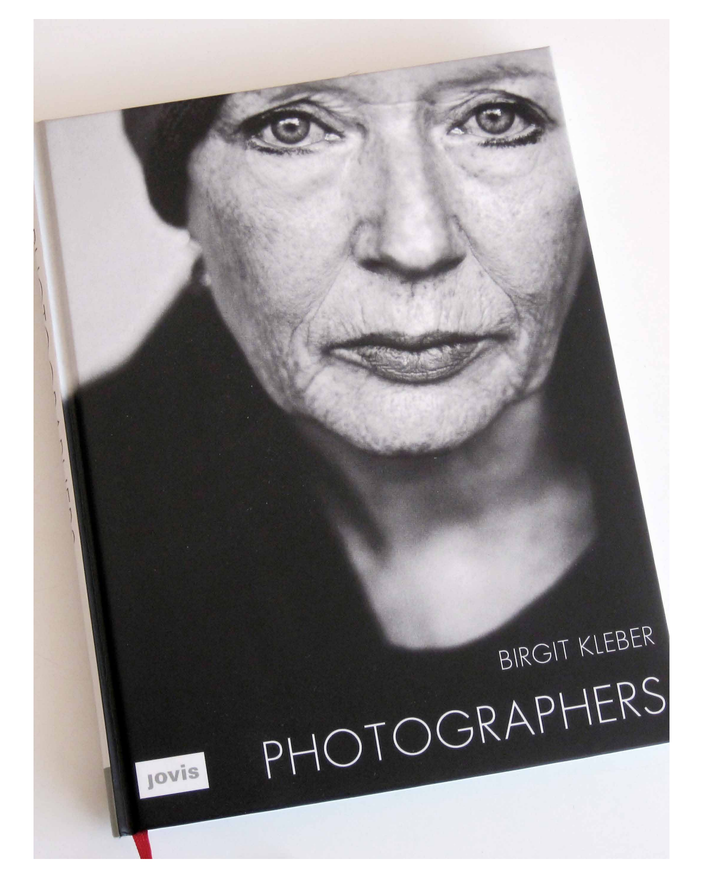


Foto oben: Ende der 70er Jahre stellten immer mehr Zeitschriften auf Farbdruck um. Dazu kamen neue Magazine auf den Markt, die Platz für Bildstrecken boten. VISUM–Fotografen nutzten die Gelegenheit, eigneten sich den sicheren Umgang mit Farbfotografie an und spezialisierten sich auf Reportagen. Als das Farbfoto von Helmut Schmidt von Wolfgang Steche auf dem SPIEGEL erschien, fotografierten immer noch viele Kollegen ausschließlich in schwarz-weiß. Gerd Ludwig reiste bereits Ende der 70er Jahre für Reportagen rund um die Welt. Die Reportage über Friedensreich Hundertwasser für das Zeitmagazin fotografierte er 1979 auf Neuseeland.

links: Sich als Künstler mit berühmten Kollegen auseinanderzusetzen, ist an sich eine besondere Situation und sicherlich die existenziellste Form des Künstlerporträts. Birgit Kleber hat internationale Fotografen porträtiert, die für die Geschichte der Fotografie prägend sind und deren Bilder das Sehen auf die Welt verändert haben. Ihr Buch „Photographers“ mit 55 Portraits erschien 2011, die VISUM-Galerie zeigte die Fotos in einer Ausstellung.

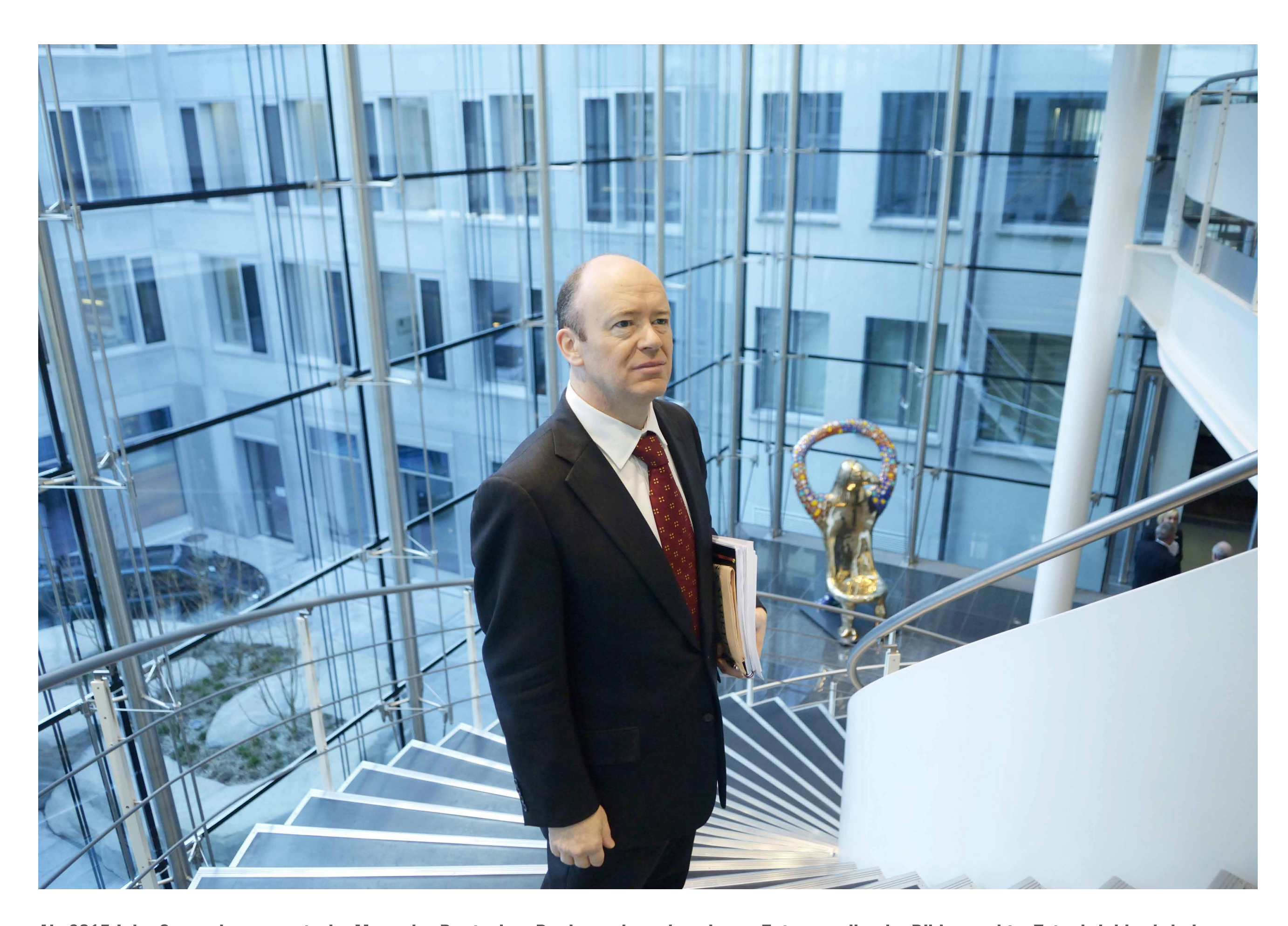


1978 fotografierte Wolfgang Steche den amerikanischen Außenminister Henry Kissinger für ein Spiegel-Interview. Der Fotograf erinnert sich: „Kissinger mochte nicht den Platz einnehmen, den ich wegen der Lichtverhältnisse ausgesucht hatte und wollte mich nach der Begrüßung des Spiegel-Verlegers Rudolf Augstein und des Redakteurs Johannes K. Engel aus dem Raum schicken. Wenn ich Kissingers Anweisungen gefolgt wäre, wäre das beim Spiegel mein Waterloo geworden. Während einer kurzen Ablenkung durch Augstein entwischte ich in die andere Richtung des Raumes. Ich positionierte mich unter dem Schreibtisch von Henry Kissinger, wo ich dann ca. zweieinhalb Stunden mit der Kamera verharrte und mit dem Teleobjektiv Kissinger aus ca. sechs Meter Distanz fotografierte. Er entdeckte mich nach dem Gespräch, war unwirsch, da ich seiner Bitte nicht Folge geleistet hatte und Augstein gab mir auf dem Flur einen Rüffel. Aber letztlich zählte das Ergebnis: sieben Fotos von Henry wurden im Spiegel abgedruckt“.

Foto rechts: Parteitage waren lange Zeit nicht nur für VISUM, sondern für alle Agenturen und freie Fotografen herausragende Veranstaltungen. Hier konnte man oft tagelang Politiker fotografieren und das Archiv mit Portraitaufnahmen auffüllen. Das besondere an diesen Events war, dass man, einmal akkreditiert, in der Regel ungehinderten Zugang zur Politprominenz bekam. Portraitaufnahmen aus nächster Nähe waren möglich. Mit den Veränderungen der Medienlandschaft haben sich auch die Parteitage verändert. Die Bildmedien werden auf Distanz gehalten. Unkontrollierte Perspektiven sollen vermieden werden. Damit hat sich auch die „Parteitagsfotografie“ geändert. Fotografen suchen sich neue Motive. Sie fotografieren weniger die Politiker sondern mehr das Event und zeigen bestenfalls das, was die Veranstaltungen sind: Inszenierung von Politik. Foto links: Willy Brandt und Oskar Lafontaine im Gespräch während des SPD Parteitages in Berlin 1989, abgedruckt in der Rubrik „Bonbons“ im STERN, Fotos: Alfred Büllesbach. Rechts: Frank-Walter Steinmeier lässt sich als Kanzlerkandidat von den Delegierten und vor den Objektiven der Bildmedien feiern. SPD-Parteitag 2009, Foto: Stefan Boness.

Helmut Kohl fotografiert von Bernd Arnold. Der Fotograf beschäftigt sich seit rund 30 Jahren mit den Mächtigen. Sein Zyklus „Macht und Ritual“ zeigt Inszenierung und Selbstinszenierung der Repräsentanten von Staat, Gesellschaft und Religion. Seit 1986 dokumentiert Arnold die Bundestagswahlkämpfe. Bernd Arnolds dunkle Bildsprache sowie kühne Anschnitte gehören zu seiner unverwechselbaren Handschrift. „Wahl Kampf Ritual“ hießen 2013 sein Fotobuch sowie die folgenden Ausstellungen.





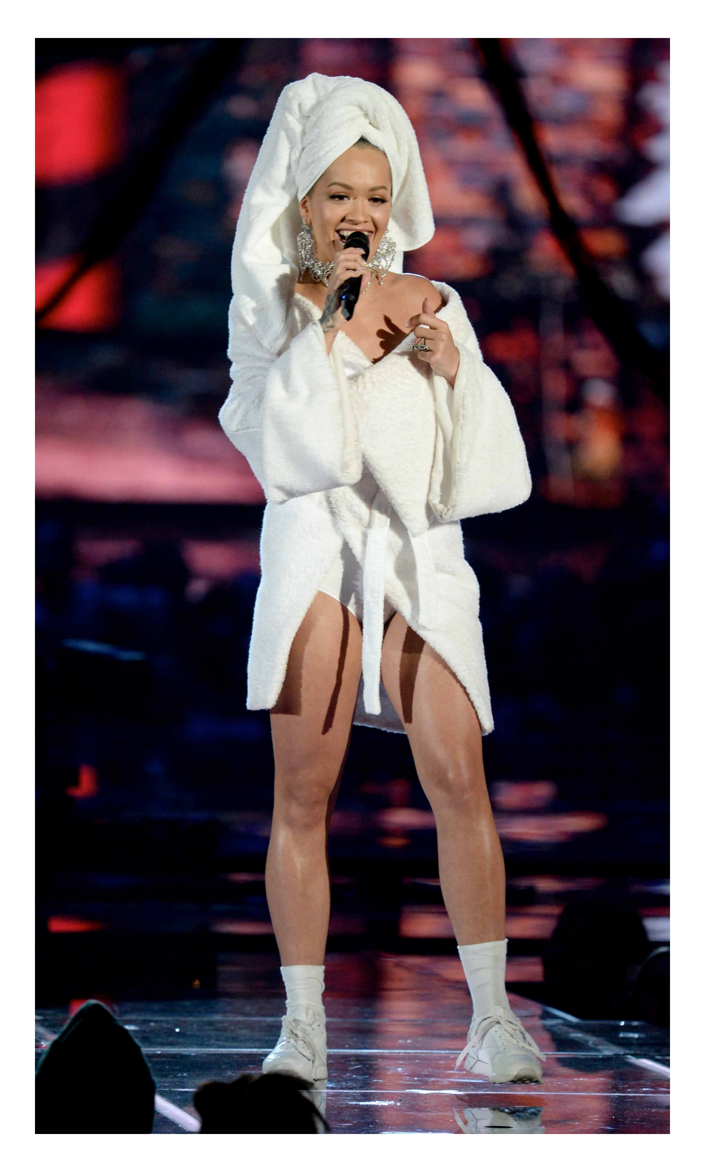
Als 2015 John Cryan der neue starke Mann der Deutschen Bank wurde, gab es kaum Fotos von ihm im Bildermarkt. „Tut mir leid, wir haben kein Foto für Sie“, schrieb das Handelsblatt auf seiner Website und berichtete über den akuten Bildermangel. „Redakteure treibt das in den Wahnsinn – nur ein Fotograf kann sein Glück kaum fassen“, war zu lesen. Der glückliche Fotograf war Mark Henley, von ihm stammte wochenlang „das beste Foto von John Cryan“.

vieler Zeitschriften auf Farbdruck und die Gründung neuer Qualitätsmagazine jungen Fotografen enorme Möglichkeiten. Sie konnten den Magazinen nicht nur eigene Reportagen vorschlagen, sondern konnten bei ihren wochenlangen Auslandsreisen die Welt mit ihrer Kamera „entdecken“. Aber immer gute Fotos abzuliefern, war die Grundvoraussetzung. „Da war der offene Austausch unter Freunden in der Agentur extrem wichtig. Kein Foto verließ das Büro ohne die Augen der anderen.“, so Rudi Meisel. Von den wochenlangen Auslandsreisen können die Fotografen heute nur noch träumen. Große Aufträge werden seltener, die Konkurrenz unter Fotografen ist so hart wie nie zuvor. Fotos werden im Bildermarkt für Cent-Beträge verkauft. „Die Veränderungen des Presse- und Bildermarktes in den letzten 40 Jahren führten immer wieder auch zu Anpassungen der Agentur“, so Alfred Büllesbach. „Was für uns als Agentur trotz aller Veränderungen konstant bleibt, ist unser Qualitätsanspruch, die Kommunikation mit Fotografen und der Austausch über gemeinsame Projekte.“

VISUM Foto GmbH, HALLE 96, Hanomaghof 2, 30449 Hannover, www.visum-images.com, mail@visum-images.com, Tel. 0511.360 509 20, Fax: 0511.360 509 24, Kontakt: Alfred Büllesbach, alfred.buellesbach@visum-images.com

Mit action press am Puls der Zeit

**Die Hamburger Pressebildagentur action press wurde im Jahre 1970 von Hartmut Doerk und Peter Reinke gegründet.
Die Ressorts, die man von Anfang an festlegte, waren Entertainment, Politik, Sport und Zeitgeschehen, im Laufe der Jahre gewann das Ressort Entertainment zunehmend an Bedeutung.**



Rita Ora bei der Verleihung der MTV Europe Music Awards, November 2017 in der SSE Arena in London. © Doug Peters/Empics

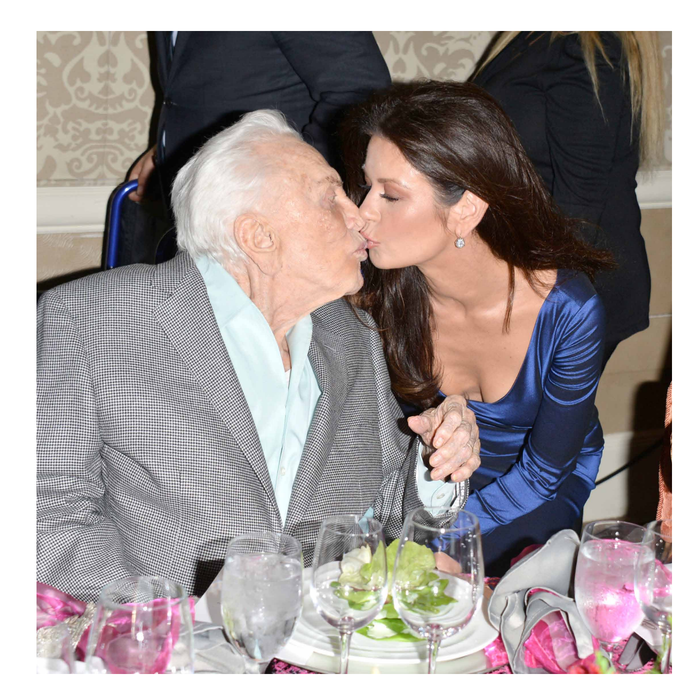
action press ist eine der größten Pressebildagenturen Europas und verfügt über ein gut ausgebautes Netzwerk an Fotografen sowohl in Deutschland als auch im Ausland. Die Agentur arbeitet weltweit mit namhaften Partneragenturen wie Sipa Press, Zuma Press oder der führenden Paparazzi Agentur X17 zusammen. Es ist damit sichergestellt, dass kein großes Event ohne eine Berichterstattung durch action press stattfindet. In Deutschland sind die hauseigenen Fotografen vor Ort, im Rest der Welt sorgen die Partneragenturen oder freie Fotografen für aktuelles Bildmaterial für action press. Doch auch abseits der roten Teppiche weiß action press dank der Zusammenarbeit mit zahlreichen Paparazzi immer zu berichten, was die Promis gerade so treiben und dabei wird auch der Adel natürlich nicht vernachlässigt. Dazu arbeitet die Agentur unter anderem exklusiv mit



Kris Jenner, Kim Kardashian mit Tochter North West und ehemann Kanye West bei der Givenchy Modenschau spring/summer 2015 in Paris
© Olivier Borde / Bestimage

dem preisgekrönten royalen Fotografen Robin Utrecht zusammen, dem kein Weg zu weit ist, um immer die schönsten Bilder der Royals zu liefern.
Zum Kundenstamm von action press zählen sämtliche nationale und internationale Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Online-Medien und TV Sender sowie PR und Werbeagenturen. Besonders in den Bereichen Entertainment, Paparazzi und Royals wird die Kompetenz von action press allseits sehr geschätzt.
Seit der Gründung des Unternehmens befindet sich der Hauptsitz der Redaktion in Hamburg. Hier stellen zehn Redakteure in unterschiedlichen Schichten, von 7 Uhr morgens bis 19 Uhr abends, und sieben Tage die Woche sicher, dass eingehendes Bildmaterial zeitnah auf seine

Foto links: Wer luschert denn da? Vor ihrem großen Auftritt beim Patron's Lunch anlässlich ihres 90. Geburtstags lugt Queen Elizabeth hinter einer Gardine am Fenster des Buckingham Palace hervor. Die Miene des Geburtstagskinds verheisst allerdings alles andere als pure Vorfreude auf die finalen Feierlichkeiten zu ihrem Ehrentag, 12. Juni 2016. Veröffentlicht 2016 in: People © Robin Utrecht



Kirk Douglas and Catherine Zeta-Jones bei der 7. Legacy of Vision Gala im in Los Angeles im November 2017 © Tony DiMaio/SilverHub

Foto oben: Kein Ende des Feuersturms in Sicht – Flächenbrände in Kalifornien im Oktober 2017 © ZUMA Wire / Zuma Press

Relevanz geprüft, verarbeitet und den Kunden zur Verfügung gestellt wird. In der Redaktion gehen täglich knapp 10.000 Bilder ein.

Neben dem redaktionellen Bereich verfügt action press bereits seit langer Zeit auch über einen Corporate Bereich. Dort werden Aufträge für Firmen wie Porsche, REWE, Merck, Wintershall, Gaba oder den Bundesverband deutscher Banken abgewickelt. Es werden Business- und Kundenevents, Messen und Kongresse betreut sowie Management und Mitarbeiterportraits erstellt.

Mit der Gründung von actionpressplus im Jahre 2012 hat action press das Portfolio erneut erweitert. Hier werden Hochglanz-Produktionen und Homestories von nationalen und internationalen Stars angeboten.

Dabei handelt es sich sowohl um eigene action press Produktionen, die durch die Hamburger Redaktion geplant und umgesetzt werden, als auch um Produktionen von Partneragenturen oder freien Fotografen, für die die Syndizierung übernommen wird.



Gigi Hadid bei der Moschino Modenschau während der Mailand Fashion Week im Februar. © ZUMA Wire / Zuma Press

Catherine Herzogin von Cambridge und Prinz William 2016 vor dem Taj Mahal in Agra © Silverhub/Pool





Vernab von dem ganzen Beziehungstrubel shootet Sylvie Meis auf Bali Bademodenkollektion für das Label Hunkemöller © Angga,Stanny





Andreas Gabalier am 23. Juni 2017 auf der Waldbühne in Berlin auf © Thomas Bartilla / Future Image

Diane Kruger und Fatih Akin bei der Verleihung der 75. Golden Globes in Beverly Hills im Januar 2018. © Lehmann

G20 Proteste: Die Welcome to Hell Demo in Hamburg St. Pauli, Juli 2017 © Christopher Tamcke

König Willem Alexander und Königin Maxima schreiten sichtlich amüsiert durch einen symbolisch platzierten Bilderrahmen © Robin Utrecht

Prinz Harry und Meghan Markle besuchten im Februar das Schloss in Edinburgh © Doug Peters/Empics



Hannelore Hoger © Uwe Martin / glampool

Personalities und jetzt auch Beauty

Glampool präsentiert Fotoproduktionen mit Persönlichkeiten aus den Bereichen Kino, TV, Sport, Politik und Kultur.

Die Hamburger Agentur Glampool wurde im Juni 2006 von den Fotograpfen Michael Bernhard und Patrik Hanuschka gegründet.

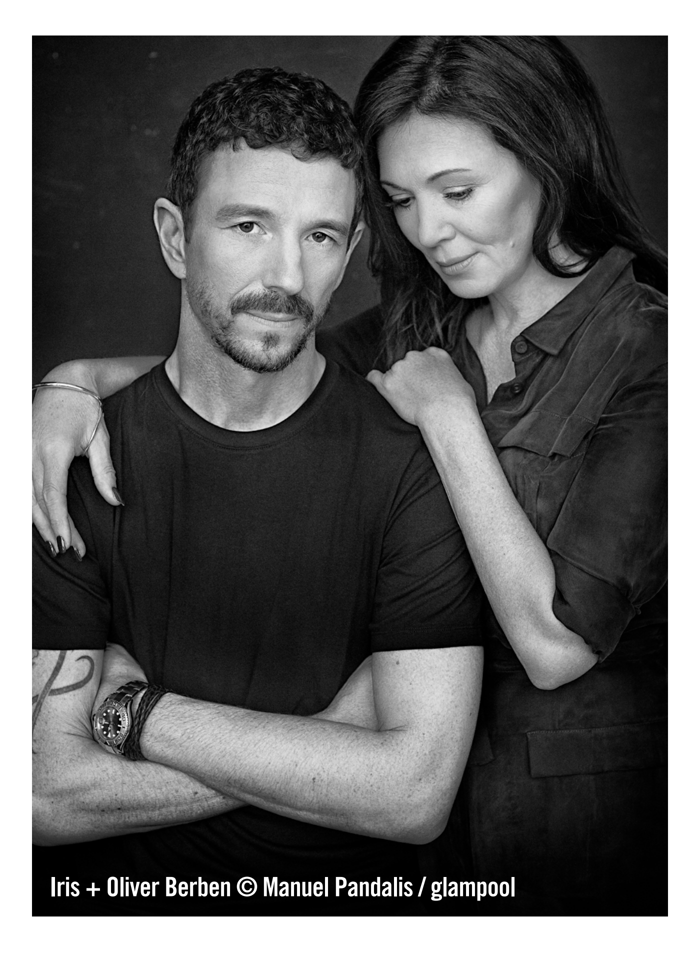
Ihre Idee war der Zusammenschluss professionell produzierter Personality-Fotografie, Post-Produktion und die Bildvermarktung. Diese Zielsetzung hat sich bis heute nicht geändert. Es sollen darüber hinaus aber auch die Rechte und Position eines jeden einzelnen Fotografen im Glampool-Team auf dem Bilder-Markt gestärkt und ausgebaut werden. Alle Produktionen der Agentur erfolgen in Eigenregie sowie auch als individuell gestaltete Auftragsproduktion nach Kundenwunsch. Es haben sich im Laufe der Zeit, weitere Fotografen diesem Konzept angeschlossen und sie erweitern mit ihrem Knowhow das Spektrum.
Glampool hat einen seiner wichtigsten Schwerpunkte auf die Fotoproduktionen mit Persönlichkeiten aus den Bereichen Kino, TV, Sport, Politik und Kultur, mit der Orientierung am Stil erfolgreicher, internationaler Fotografie gelegt.



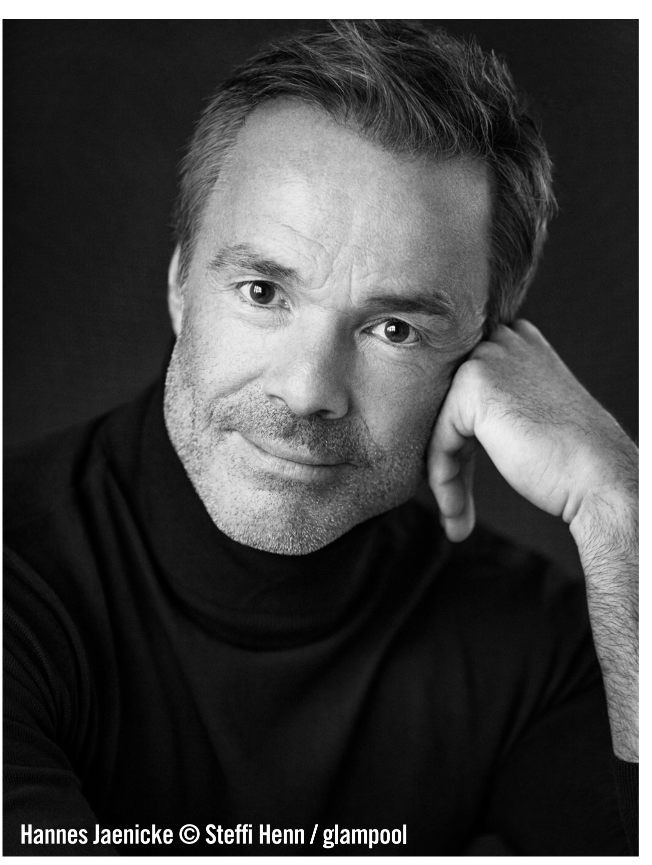
Dieter Hallervorden © Nela Koenig / glampool



Devid Striesow © Corinna Nogat / glampool



Iris + Oliver Berben © Manuel Pandalis / glampool



Hannes Jaenicke © Steffi Henn / glampool

Es soll aber dabei nicht unbedingt die Fotografie in den Vordergrund gestellt werden, sondern es soll den porträtierten Personen die Möglichkeit gegeben werden, in dem Bild ihre eigenen Stärken zu zeigen. Dies wird dann zusätzlich durch hochwertiges Styling und Hair-Make Up unterstützt.
Glampool analysiert in enger Zusammenarbeit mit ihren Fotografen die Trends der Bildbranche. Das Resultat dieses stetigen Austausches fließt direkt in die neuen Produktionen ein.







Marie Baeumer © Vanessa Maas / glampool

Anna Maria Kaufmann © Martin Bauendahl / glampool

Oliver Masucci © Det Kempke / glampool



Model MarlenNohl, beauty@glampool © Belinda Sauer / glampool

Seit Januar 2018 startete die Agentur neben den Personalities einen weiteren Schwerpunkt in ihrem Portfolio, die Kollektion Beauty@Glampool.
Mit der Kollektion Beauty@Glampool, will die Agentur parallel zur hochwertigen Personality-Fotografie ein weiteres Portfolio auf dem Markt positionieren und ausbauen.
Die Agentur hat derzeit 13 Fotografen unter Vertrag, die alle im redaktionellen, wie auch im Bereich Werbung und Corporate arbeiten. Glampool freut sich aber über jede Kontaktaufnahme von Fotografen, die mit der Agentur die Idee und Philosophie von gemeinsamer Stärke und höchster Qualität im internationalem Look weiter ausbauen und etablieren wollen.
Man legt höchsten Wert auf Professionalität und einen hohen Qualitätsanspruch. Dies beginnt mit der Organisation von Produktionen, über die Fotografie bis zur Postproduktion und der anschließenden professionellen Vermarktung der Fotos.
Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit mehr als 850 Kunden weltweit und ein professioneller Service seitens der Agentur sorgen dafür, dass viele Ansprüche

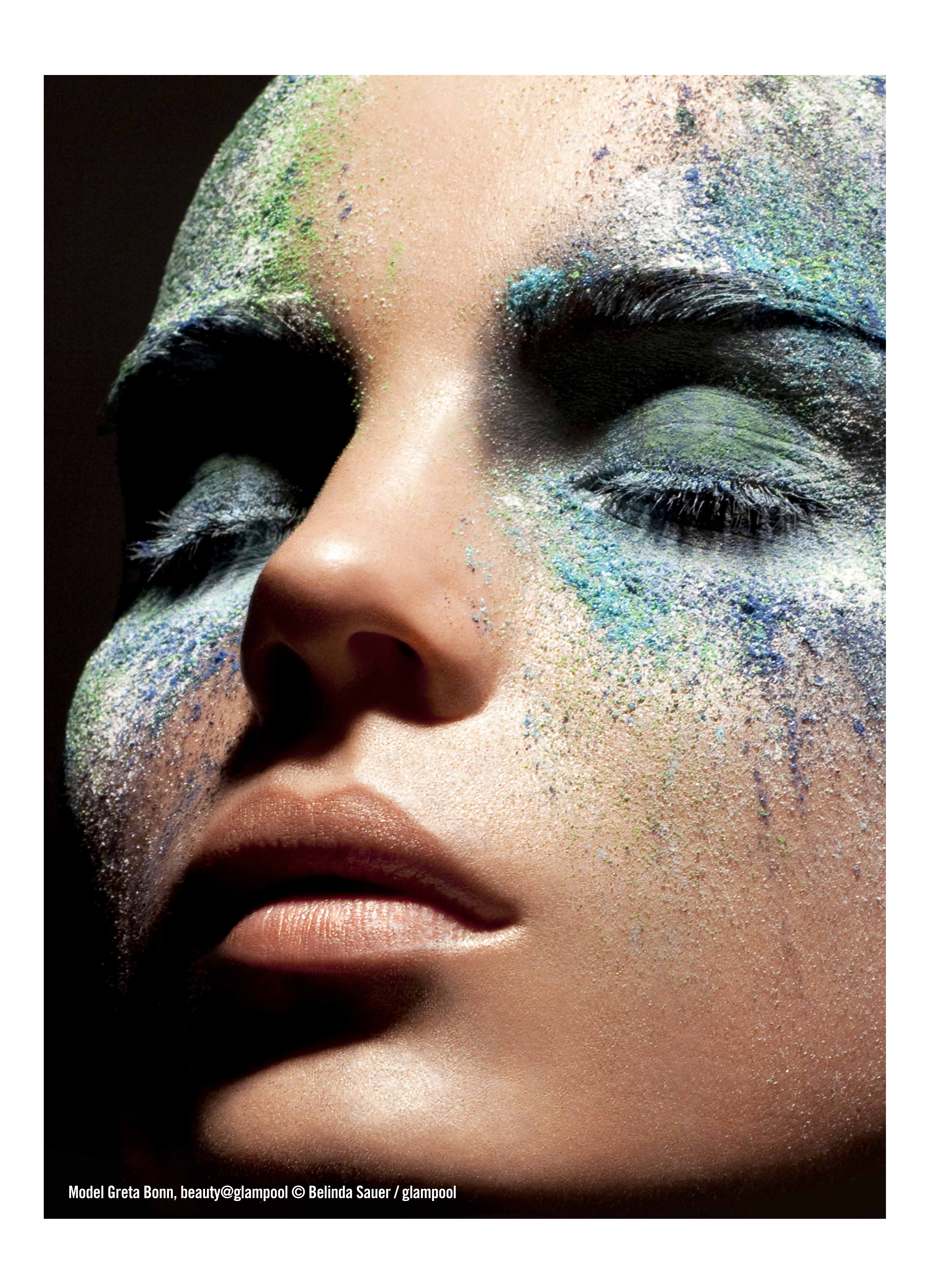
und Wünsche der Kunden und der eigene Qualtätsanspruch erfüllt werden können.
Nach dem Start von Beauty@Glampool im Januar 2018, werden auch in der Zukunft weitere Portfolios entwickelt.

Glampool produziert und lizensiert Bildrechte im In- und Ausland. In erster Linie produziert die Agentur im deutschsprachigen Raum, aber darüber hinaus auch in Nordamerika und hier vorrangig in Los Angeles und New York.



Model Candice Boucher, beauty@glampool © Belinda Sauer / glampool

Julia Koschitz © Steffi Henn / glampool



Creative Trends Report

Shutterstock Inc. (NYSE; SSTK), eines der weltweit führenden Technologieunternehmen und Anbieter einer kreativen Plattform für qualitativ hochwertige Inhalte, Tools und Services, veröffentlicht heute seinen Creative Trends Report 2018. Die Analyse von Milliarden Suchanfragen von Kunden aus der Werbe-, Film-, und Medienbranche innerhalb Shutterstocks Kollektion von über 170 Millionen Bildern hilft, die wichtigsten Trends – von Fantasy bis hin zum neuen Minimalismus – zu identifizieren. Die im vergangenen Jahr gesammelten Daten zu Bildern, Videos und Musik haben dazu beigetragen, die herausragenden Ideen und Konzepte zu bestimmen, die die kreative Ausrichtung und Designästhetik in 2018 nachhaltig beeinflussen.
Shutterstock prognostiziert sowohl wichtige Trends, die die Pop-Kultur dominieren werden, als auch neu aufkommende Trends, die in diesem Jahr in der Designszene einschlagen werden – wie holographische Folie oder natürlicher Luxus. Basierend auf starken Daten nimmt der jährlich erscheinende Creative Trends Report in diesem Jahr eine neue Form an. Er deutet auf ausgeprägte Trends hin und zeigt große Steigerungen der Suchanfragen für spezifische Themen auf. Zudem präsentiert der Creative Trends Report 20 länderspezifische Trends. Ein Team von Datenwissenschaftlern, Kreativprofis und Content-Experten interpretierte die prozentualen Steigerungen der Suchanfragen über das Jahr 2017 hinweg, um insgesamt elf Styles zu identifizieren, die das Design 2018 bestimmen werden.

Die drei wichtigsten Trends für 2018 sind:

- Fantasy: Von mystischen Fabelwesen bis hin zu märchenhaften Landschaften – Symbole und Styles aus dem Fantasy-Genre lassen uns in unbekannte Welten eintauchen. Suchanfragen nach bekannten Fantasy-Charakteren nehmen stark zu. Der Begriff Einhorn stieg um 297%, Meerjungfrau um 145%. Außerdem gewinnt epische Orchestermusik an Popularität, weil Marketer und Kreative ihren Projekten eine gewisse übernatürliche Atmosphäre verleihen möchten.
- Neuer Minimalismus: Der Minimalismus hat sich von seinen bescheidenen Anfängen zu einem Look weiterentwickelt, der perfekt in ein modernes Zeitalter passt. Der neue Minimalismus geht dabei weit über klare, scharf gezogene Linien hinaus und zeichnet sich durch fließende Styles und mutige, lebendige Farben aus. Die nach wie vor populäre Kunstform erfindet sich ständig neu. Während Suchanfragen für durchgehende Linien um 432 % wuchsen, entwickelte sich der Suchbegriff Neonkreis mit um 387 % gestiegenen Anfragen zum neuen Herausforderer.
- Weltraum: Das Science-Fiction-Genre lässt die Kinokassen derzeit fröhlich klingeln. Kreative Branchen nehmen davon Notiz und machen das Weltall in vielen Arbeiten zum Thema. Suchanfragen zum Begriff Solar sind um 991 % gestiegen, das Interesse am Begriff Astro wuchs um 671 %. Ganz nebenbei stieg die Popularität des unverwechselbaren Sci-Fi-Sounds, der Synth-Wave, um 494 %.

„Im siebten Jahr in Folge inspiriert unser Creative Trends Report Kreative auf der ganzen Welt, ihre Strategien für das kommende Jahr zu entwickeln“, sagt Shutterstocks Kuratorin Robyn Lange. „Unser Bericht für 2017 war in seinen Vorhersagen sehr genau und identifizierte Trends wie „Störungen“ frühzeitig. Während des ganzen Jahres haben wir beobachtet, wie der Stil an Bedeutung gewann, sich weiterentwickelte und zum wichtigen Kampagnenthema für Marken auf der ganzen Welt wurde. Wir sind gespannt, inwiefern sich die Trends 2018 auf die gleiche Weise entwickeln.“

Neu bei imago

Der Fotograf Sammy Minkoff ist neuer Partner von imago. Damit erweitert die Agentur ihr Fotografennetzwerk um einen der international bekanntesten und unter Sportlern beliebten Ski- und Golf-Fotografen.
Fotografierte Minkoff zu Beginn seiner Tätigkeit für verschiedenste Zeitungen und Magazine noch alles und jeden, konzentriert er sich heute vor allem auf seine Schwerpunkte Skisport, Golf, Reise und Politik. Sein beachtliches Archiv umfasst gut 700.000 Motive seit 1966, darunter z.B. alle deutschen Bundeskanzler von Ludwig Erhard bis Angela Merkel, gekrönte Häupter sowie die berühmtesten Sportler der Welt. Den ange-

henden Schwimmstar Franziska van Almsick setzte er als Erster im lila-weißen Werbelicht in Szene, und der jungen, goldenen Skisprunggeneration um Schmitt und Hannawald verpasste er einen „bravourösen“ Starschnitt.
Sammy Minkoff hat 19 Olympische Spiele als Fotograf begleitet. Auch bei den kommenden Winterspielen 2018 in PyeongChang wird er vor Ort sein und imago aktuell mit Fotos beliefern. Minkoff hat zahlreiche Reise- und Golfbücher publiziert und für seine Arbeiten insgesamt 18 Fotopreise erhalten, u.a. den Bayerischen Sportpreis 2013 für die „herausragende Präsentation des Sports“ und mehrfach das jeweilige „Sportfoto des Jahres“.
Ein weiterer neuer Partner ist Bo Van Wyk. Der Fotograf aus Hannover hat sich auf den Wassersport spezialisiert, genauer gesagt auf das Kitesurfen, das er selbst aktiv betreibt. Bereits als Jugendlicher begann Van Wyk viel zu fotografieren und auch zu filmen, ein Studium zum Mediendesigner folgte. Er arbeitete immer mal wieder als Grafik- und Videodesigner, bevor er die Entscheidung traf, sich ganz der Fotografie zu widmen. Heute findet man ihn auf allen wichtigen Kitesurf-Events (z.B. Red Bull King Of The Air in Kapstadt), und auch für den Mercedes Benz Kitesurf Worldcup auf Fehmarn ist er akkreditiert. Zudem verbringt Bo Van Wyk seit einigen Jahren die Monate Januar und Februar in Kapstadt, wo er gerne für Foto-Aufträge zur Verfügung steht. Am liebsten mag er Action-Shootings, die auch ihn sportlich fordern – für ganz außergewöhnliche Aufnahmen kann sogar seine Piloten- und Drohnenlizenz zum Einsatz kommen. Neben dem Kitesurfen fotografiert Van Wyk in den Bereichen People, Fashion, Automobile und Luftfahrt. Zusätzlich finden sich in seinem Portfolio Reisefotos und Bilder zum aktuellen Zeitgeschehen aus aller Welt, bei denen er sich mit gesellschaftspolitischen Themen wie z.B. Armut, Umweltverschmutzung und Klimaerwärmung auseinandersetzt.
Mit Jan Eifert aus dem hessischen Oberursel stieß ein weiterer Fotograf zu imago. Eifert hat seinen Schwerpunkt auf die Wetterfotografie gelegt und produziert in erster Linie Features zu aktuellen jahreszeitlichen Themen wie z.B. Schnee, Nebel oder Hitze. Dabei sind ihm seine Kenntnisse in der Meteorologie von Vorteil, die Vorhersagen zu Wetterphänomenen (Eisregen, Hochnebel, Gewitter, Abendrot, etc.) möglich machen und ihn so seine Fotoeinsätze gut planen lassen.
Jan Eifert ist vor allem im Rhein-Main-Gebiet (rund um Frankfurt am Main und im Taunus) unterwegs, reist für Landschafts- und Luftaufnahmen aber auch durch ganz Deutschland.

Tagesspiegel und Photocase

Seit kurzem arbeitet imago mit der Berliner Tageszeitung „Der Tagesspiegel“ zusammen und wertet das Bildmaterial des Blattes aus.
Der Tagesspiegel erschien erstmals am 27. September 1945 und sieht sich heute als führendes Leitmedium der Hauptstadt bei den Politik-Entscheidern in Berlin und als Nummer Eins bei den Meinungsbildnern in Deutschlands Kommunikationszentrum Berlin.
Der Tagesspiegel und dessen Redakteure sowie Autoren wurden in den letzten Jahren vielfach ausgezeichnet.
Das Bildangebot des Tagesspiegels umfasst vor allem regionale Themen aus Berlin und Brandenburg: Akteure aus Politik, Wirtschaft und Kultur (darunter auch Berliner Lokalgrößen, zu denen der Tagesspiegel teils exklusive Fotos anbieten kann), Ereignisse und Veranstaltungen, Verkehr, Orte, Stadtteile und Straßenszenen. Das Bildangebot reicht bis 2003 – in Ausnahmefällen auch noch weiter zurück.
Ein weiterer Kooperationspartner ist die Berliner Fotoagentur Photocase. Einst gegründet als Tauschplattform für Fotografie hat sich Photocase längst zu einem kommerziellen Portal für unkonventionelle Stockfotos, „die nicht wie Stockfotos aussehen“, auf dem Markt etabliert.
Der Anspruch von Photocase war von Anfang an, eine Alternative zur herkömmlichen, klassischen Stockfotografie anzubieten. Modern fotografiert, überzeugen die Bilder durch kreative Kompositionen und eine erfrischende Ästhetik ohne künstliche Studioatmosphäre. Zurück zu Natürlichkeit und Emotion für das Auge des Betrachters.
Alle eingereichten Fotos werden nach dem Grundsatz „Qualität vor Quantität“ streng kuratiert, nur zehn Prozent schaffen es letztlich in die Datenbank, die insgesamt rund 500.000 hochwertige Motive von gut 20.000 Fotografen bereithält.

Eine Milliarde verkauft

Shutterstock Inc. (NYSE: SSTK), eines der weltweit führenden Technologieunternehmen und Anbieter einer kreativen Plattform für qualitativ hochwertige Inhalte, Tools und Services, gibt bekannt, dass seit der Gründung im Jahr 2003 insgesamt mehr als eine Milliarde Bilder, Videos und Musiktitel über alle Geschäftsbereiche hinweg lizenziert wurden. Shutterstocks Bibliothek umfasst momentan insgesamt mehr als 170 Millionen kommerzielle und 40 Millionen redaktionelle Bilder sowie neun Millionen Videoclips.
Derzeit werden mehr als 5,5 Bilder pro Sekunde direkt von der Website und über innovative API-Integrationen mit Unternehmen wie Facebook, Google und Microsoft lizenziert. Shutterstock unterstützt Unternehmen, Marketingagenturen, Medienorganisationen und Produktionsfirmen auf der ganzen Welt nicht nur durch seine E-Commerce- und Enterprise-Angebote, sondern auch durch die nahtlose Integration in ihren Workflow – egal mit welchen Tools und Lösungen sie gerade arbeiten.
„Shutterstocks kontinuierliches Engagement in der Entwicklung innovativer Technologien, die eine einzigartige Kundenerfahrung ermöglichen und den Kunden weltweit qualitativ hochwertige Inhalte bereitstellen, hat zu einzigartigen Partnerschaften geführt. So haben unsere Kunden von vielen Tools aus direkten Zugang zu Shutterstock“, sagt Jon Oringer, Gründer und CEO von Shutterstock. „Die Lizenzierung von einer Milliarde Inhalten verdeutlicht die herausragende Rolle, die visuelle Kommunikation täglich in den Medien, der Werbung und der Filmbranche spielt. „Ich freue mich auf die technologischen Fortschritte der nächsten Dekade und darauf, Shutterstock überall zu integrieren. Parallel werden wir unsere kreative Plattform auch in Zukunft kontinuierlich verbessern, um unsere Kunden dabei zu unterstützen, ihre Geschichten zu erzählen und zu gestalten.“
Shutterstock ist seit über fünf Jahren ein börsennotiertes Unternehmen. Anlässlich des Meilensteins von einer Milliarde verkaufter Lizenzen läutete Shutterstock am Mittwoch, den 31. Januar, die Schlussglocke an der New York Stock Exchange.

SilverHub und Shutterstock als Foto- und Vertriebspartner

Die Football Association (FA), der Dachverband der English Football League, gab bekannt, dass sie SilverHub Media UK Ltd. (SilverHub) und Shutterstock, Inc. eine exklusive mehrjährige Vereinbarung über die Fotografie, den Vertrieb und die Verbreitung rund um wichtige Veranstaltungen und Aktivitäten erteilt hat. SilverHub wird alle Veranstaltungen der FA und Events im Wembley-Stadion fotografieren, darunter alle Spiele der Nationalmannschaften der Männer und Frauen, den Emirates FA Cup und die FA Women‘s Super League.
Weitere Events, die im Wembley-Stadion stattfinden, umfassen die Abschlussspiele der UEFA-Europameisterschaft 2020, die NFL-Spiele sowie diverse Musik- und Unterhaltungsveranstaltungen. Die Vereinbarung beinhaltet auch den exklusiven Zugang zu Off-The-Field-Events, einschließlich des Blicks hinter die Kulissen auf die englische Nationalmannschaft der Männer vor und während der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland diesen Sommer. Die von SilverHub aufgenommenen Bilder werden den internationalen Medien über die weltweite Shutterstock-Vertriebsplattform zur Lizenzierung zur Verfügung gestellt.
Die globale Vertriebsplattform von Shutterstock bietet kommerziellen Partnern und Verlagen auf der ganzen Welt in Echtzeit Zugang zu den neuesten Momentaufnahmen sowie zu einigen der wichtigsten Archivbilder aus dem englischen Fußball. Denn zusätzlich zu den Hunderten bevorstehenden jährlichen Veranstaltungen wird der Deal um einige der besten Archivinhalte erweitert. Diese beinhalten ikonische Momente aus der Geschichte der FA, ihrer Wettbewerbe und die englischen Teams aus den ersten 150 Jahren der FA.

picture alliance begleitet Team Deutschland

Als offizieller Fotopartner des Deutschen Olympischen Sportbundes, des Deutschen Behindertensportverbandes und der Deutschen Sporthilfe hat picture alliance das Team Deutschland zu den Olympischen Winterspielen und Paralympics im südkoreanischen PyeongChang begleitet. Dazu hat die Frankfurter Bildagentur exklusiv im Rahmen der offiziellen Einkleidung mit einem mobilen Fotostudio die Porträts aller 154 nominierten Athletinnen und Athleten sowie des gesamten Betreuer- und Trainerstabs produziert. Neben klassischen Porträts in der offiziellen Team-Bekleidung wurden Fotomotive zur Nutzung der aktuellen „Merk dir mein Gesicht!“-Markenkampagne von allen Sportlern vor allem auf Social Media aufgenommen. Die Fotos sind im Bildportal unter www.picture-alliance.com mit dem Hashtag #TeamDeutschland und dem Namen des jeweiligen Athleten schnell und einfach zu finden.
Von allen Wettkampftagen bei den Olympischen Winterspielen und den Paralympics bietet picture alliance seit dem 9. Februar eine umfassende Berichterstattung in Foto, Video und Grafik an. Das Bildmaterial liefern Fotografen der Deutschen Presse-Agentur, das internationale Netzwerk mit AP Associated Press und 100 weiteren Partnern sowie Sportfotografen zu. Neben allen sportlichen Entscheidungen, Siegern und Verlierern, richtet sich der Blick auch auf Land & Leute sowie den Besuch hochrangiger und prominenter Gäste während der Spiele. Das Audio- und Videoteam der dpa liefert bunte Begleitgeschichten aus Südkorea als fertige Beiträge oder auf Wunsch auch das Video-Rohmaterial. Infografiken zu Medaillenspiegel, Wettkampfplan und den Sportstätten runden das Content-Angebot der picture alliance ab.
Ein eigenes Fotografen-Team von picture alliance wird vor Ort Fotoaufträge für Kunden umsetzen und das Geschehen im Deutschen Haus festhalten. Der zentrale Treffpunkt für die Athleten, Medien und Wirtschaftspartner wird im Clubhaus des Birch Hill Golf Clubs in direkter Nachbarschaft zu den sportlichen Hotspots in den Bergen über PyeongChang eingerichtet. Dort finden die täglichen Pressekonferenzen des DOSB statt und werden die deutschen Olympiasieger und Medaillengewinner gefeiert. Daneben präsentieren sich im Deutschen Haus auch Sponsoren und Wirtschaftspartner mit diversen Aktivitäten.
Die gesamte Produktion aus PyeongChang wird im picture alliance-Portal „Olympische Winterspiele & Paralympics 2018 in Pyeongchang“ gebündelt und handverlesen in Bildauswahlen aufbereitet. Bereits jetzt stehen dort über 70 Kollektionen mit Aufnahmen aller vergangenen Winterspiele zur Verfügung, olympische Symbolbilder, Grafiken, Bilder der Sportstätten und von PyeongChang bzw. Südkorea als Austragungsort und -land.

Ellerhorst neu bei Lookphotos

Die Agentur Lookphotos meldet, einen neuen Fotografen ins Team aufgenommen zu haben. Axel Ellerhorst ist ein Landschaftsfotograf von der deutschen Nordseeküste. Die eher karge Landschaft dieser Region hat die Entwicklung seines fotografischen Stils geprägt. So entstehen heute puristische, authentische Landschaftsbilder von der Schönheit und Einzigartigkeit der Natur. Aufgenommen im Nikon Vollformat und angenehm sparsam gehalten in der Nachbearbeitung.
Mit Mut zur Normalität schaffen seine Bilder eine bewusste Distanz zum oft bunten Mainstream. Als Landschaftsfotograf ist er daran interessiert, den aktuellen Moment in seiner ganzen Ästhetik zu fotografieren und damit zur Sensibilisierung der Menschen und zur Erhaltung der Natur beizutragen. Dabei verbringt der Landschaftsfotograf möglichst viel Zeit an den schönsten Plätzen auf diesem Planeten. In seiner Heimat, in Nationalparks und in anderen Wildnisgebieten.
Sein Fotografenportfolio finden Sie unter https://www.lookphotos.com/de/fotografen/detail?id=396

Dukas vertreibt digitales Bildarchiv Ringier

Bewegung auf dem Schweizer Bildermarkt. Die Presseagentur Dukas hat seit Januar 2018 den digitalen Bestand des historisch wertvollen Ringier Bildarchiv (RDB) für den Vertrieb übernommen und in ihre Bilddatenbank integriert.
Über 500‘000 Bilder aus der Schweizer Zeitgeschichte, dem Showbiz und Sport sind neu bei Dukas auf www.dukas.ch sofort abrufbar. Bekannte Persönlichkeiten und Sujets wie Nella Martinetti, Roger Federer, Köbi Kuhn und Bernhard Russi aber auch Bill Clinton am WEF, Adolf Ogi im Schnee, Rolling Stones in Zürich und Themen der Schweizer Zeitgeschichte wie Frauenstimmrecht, Swissair und General Guisan sind neu bei Dukas erhältlich. Mit dieser Zusammenarbeit baut Dukas seine Position als einer der führenden Bildanbieter im Schweizer Markt erneut aus. „Das historisch bedeutsame Bildarchiv von Ringier erweitert unser Angebot inhaltlich erheblich und erlaubt uns, unsere Kunden noch umfassender und neu auch mit Schweizer Themen zu bedienen“, freut sich Stephan Werder, Geschäftsführer von Dukas.
Leiter Ringier Redaktions-Services, Hartmut Schwalm: „Ich freue mich ausserordentlich, mit Dukas einen erfahren und kompetenten Partner im Bildverkauf gefunden zu haben. Ringier RDB investierte über viele Jahre in den digitalen Bildbestand und konnte so ein historisch einmaliges Bildarchiv aufbauen. Wir sind überzeugt, den Bildbestand von Dukas optimal ergänzen zu können und freuen uns sehr auf die neue Zusammenarbeit.“

Der letzte Zar

culture-images präsentiert eine Bildkollektion des letzten Zaren. Zar Nikolaus II., Kaiser und Autokrat aller Russen, regierte das russische Reich von 1894 bis zu seiner Abdankung 1917. Als schmucker Thronfolger heiratete er Alix von Hessen-Darmstadt (die spätere Zarin Alexandra), eine Enkelin der britischen Königin Victoria. Durchaus standesgemäß, aber wohl auch eine Liebesheirat. Drei mächtige europäische Herrscherhäuser kamen dadurch in einer Eheschließung zusammen. Nach vier Töchtern wurde 1904 endlich der Zarewitsch Alexei geboren und damit die Thronfolge gesichert.
In Folge des zweiten Weltkriegs und der folgenden Februarrevolution wurde Russland zu einem Pulverfass. Zar Nikolaus II. wurde mit seiner Familie von den Revolutionären interniert und in der Nacht auf den 17. Juni 1918 von den Bolschewiki ermordet.
Erst 1991, nach dem Ende der Sowjetunion, wurden die Gebeine geborgen und 80 Jahre nach der Erschießung in St. Petersburg beigesetzt. Es folgte die Heiligsprechung des letzten Zaren, seiner Frau und seiner Kinder durch die Russisch-Othodoxe Kirche. Ein wechselvolles Schicksal der Geschichte.

Aktualisierte Bilder

Bridgeman Images, ist eine universale Bild- und Footagequelle für Kunst, Kultur und Geschichte. Die Agentur repräsentiert Museen, Sammlungen und Künstler aus aller Welt.
Am 9. März wurden die Inhalte von Bridgeman auf my-picturemaxx aktualisiert, um den Kunden direkten Zugriff auf über zwei Millionen Bilder der Agentur zu ermöglichen. Dies geht allerdings mit der Änderung aller bisher existierenden Bildnummern einher.
Seit dem 10. März können nur noch Bilder mit neuen Bildnummern gefunden und heruntergeladen werden.
Die Änderungen haben keinen Einfluss auf die Suchgruppen oder bereits getätigte Downloads und wirken sich auch nicht auf bestehende Preisvereinbarungen mit Bridgeman Images aus.
Die Kunden werden darauf aufmerksam gemacht, dass die Agentur auf my-picturemaxx den neuen Place-Namen „Bridgeman Images“ hat (bislang: Agentur Bridgeman Images)

Wechsel

Seit dem 1. Februar hat die Bildagentur Pitopia mit der Pitopia UG einen neuen Betreiber. Die Pitopia UG ist eine 100%ige Tochter der mauritius images GmbH und hat ihren Sitz in Mittenwald. Die Geschäftseinheiten beider Gesellschaften werden aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtungen operativ strikt getrennt voneinander arbeiten.

Durch den Eigentümerwechsel ergeben sich zunächst keine operativen Änderungen, da die hochentwickelte Medienplattform mit ihrem universellen und teil-exklusiven Royalty-Free-Bildangebot bereits heute sehr erfolgreich am Markt akzeptiert ist. Geplant ist jedoch, Pitopia durch gezielte Maßnahmen in den Bereichen Marketing und Vertrieb für Kunden attraktiver und für Fotografen lukrativer zu gestalten.

Mark Ostermayr, neuer Geschäftsführer, sagt: „Pitopia hat schon heute Vieles zu bieten: ein ständig kuratierter und teilexklusiver Bildbestand, der auf Basis deutscher AGB lizenziert und über ein technologisch hochentwickeltes Portal angeboten wird, lässt sich im Wettbewerb ausgezeichnet positionieren. Insofern sind wir begeistert von der Aufgabe, Pitopia mit gezielten Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf ein nächstes Level zu heben."

Die Gründer und bisherigen Betreiber von Pitopia, Ute Jansing und Michael Hubschneider, werden sich neuen Themen widmen, die Bildagentur aber auch in Zukunft beratend begleiten.

E-Mail: marketing@pitopia.de

Vor 100 Jahren

Die alten Ordnungen zerbrachen, die politische Landkarte Europas veränderte sich erheblich. Mit Österreich-Ungarn, Russland und dem Osmanischen Reich brachen drei Vielvölkerstaaten zusammen.

Das Deutsche Kaiserreich wurde von den Ereignissen der Novemberrevolution erfasst – am 9. November 1918 rief Philipp Scheidemann die Republik aus und als zwei Tage später der Waffenstillstand von Compiègne geschlossen wurde, herrschte nach vier Jahren Krieg endlich FRIEDEN in Europa. Der Untergang der Monarchien 1918 – Romanow Monarchie in Russland, Hohenzollern Monarchie in Deutschland, Habsburger Monarchie in Österreich-Ungarn – bedeutete eine fundamentale Verschiebung der gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Verhältnisse. An ihre Stelle traten nicht nur in Deutschland und Österreich demokratische Systeme, deren Stabilität aber in den Zwanzigerjahren oft in Frage gestellt wurde.

culture-images zeigt Klimt

Spätestens seit dem Film „ Die Frau in Gold" (2015) ist das Porträt von Adele Bloch-Bauer weltberühmt und so hat der Film auch dazu beigetragen, dass das Schicksal der während der Nazizeit geraubten Bilder und die Rückgabe an ihre Eigentümer – oder deren Nachfahren – auch über einen Fachkreis hinaus zum gesellschaftlichen Thema wurde.

Der österreichische Maler Gustav Klimt war einer der bedeutendsten Jugendstilkünstler. Er wurde am 14. Juli 1862 in Baumgarten bei Wien geboren und verstarb am 6. Februar 1918 in Wien. Eines seiner Werke, „Der Kuss" 1907-1908, machte ihn zum beliebtesten Künstler Österreichs. Die Bildagentur culture-images bietet in ihrem Portfolio umfangreiches Bildmaterial von Gustav Klimt und anderen bedeutenden Künstlern.

http://www.culture-images.de/

„An die Waffen!"

Die VISUM Foto GmbH präsentiert wieder einmal eine hochaktuelle, spannende Fotoreportage. Polnische Nationalisten rüsten für den Ernstfall.

Paramilitärische Kampftruppen haben in Polen eine lange Tradition und erleben im Zeitalter von Terrorismus, Flüchtlingskrise und Ukraine-Konflikt regen Zulauf. Schätzungsweise 80.000 Freiwillige sollen jetzt Teil der nationalen Verteidigungsstrategie werden.

VISUM-Fotograf Lennart Helal war vor Ort, um sich die Situation genauer anzuschauen.

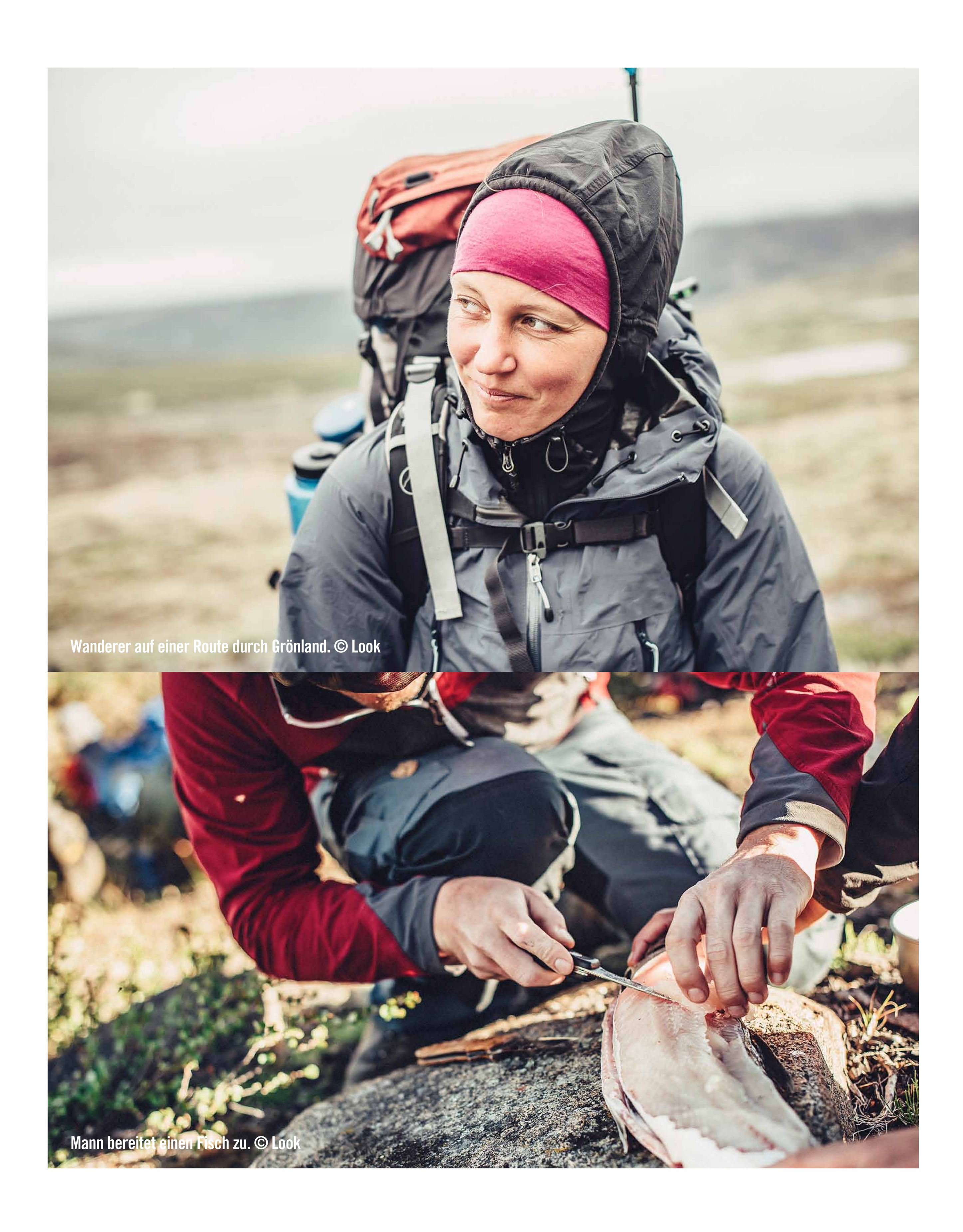

Ruderboot in Grönland © Look

Arctic Circle Trail

Die Münchener Agentur Lookphotos präsentiert neues, abenteuerliches Bildmaterial aus Grönland. 170 Kilometer durch die Wildnis. Ohne Handyempfang. Ohne Zivilisation. Einfach nur „draußen“.

Christian Frumolt hat sich im Juli 2017 gemeinsam mit drei Freunden ins Abenteuer nach Grönland gestürzt. Für den absoluten Notfall hatten sie ein Satellitentelefon dabei. Jeder trug 30 Kilogramm an Fotoausrüstung, Klamotten, Zelt, Schlafsack, Isomatte und Trockenessen auf dem Rücken.

So war es angenehm, 25 Kilometer der Strecke mit Kanus zurückzulegen, die sie in einem verlassenen Kanucenter entdeckten. Die Einsamkeit, die unendlich wirkende Landschaft und das nahezu 24 Stunden währende Tageslicht faszinierten sie sehr. So sind sie hauptsächlich nachts gewandert. Ein surreales Erlebnis: um 1 Uhr dem Sonnenuntergang und um 1.15 Uhr dem Sonnenaufgang beizuwohnen. Ein Glück für uns, dass Christian Frumolt uns durch seine überwältigend schönen Bilder an seiner unvergesslichen Reise teilhaben lässt.
Zu seinem Fotografenportfolio auf der Homepage:
https://www.lookphotos.com/de/fotografen/detail?id=61
Zu seinen Bildern:
https://www.lookphotos.com/de/bilder-fotos/lightbox%3A171y36z54t18.html



Wanderer auf einer Route durch Grönland. © Look

Mann bereitet einen Fisch zu. © Look




Mann schaut auf Sisimiut. © Look

Woher nehmen, wenn nicht stehlen?

Tipps für den richtigen Umgang mit Produktfotos im Onlineshop

von Andrea Feustel

Es ist so einfach und jeder hat es schon einmal gemacht: Alte Technik, enge Jeans oder gut erhaltene Möbel über Onlineshops wie eBay-Kleinanzeigen verkaufen. Und wie man weiß, sind aussagekräftige Produktfotos für einen erfolgreichen Verkauf unerlässlich – beim Handeln über fremde Vertriebsportale sowie über die eigene Website. Wer nicht selbst zur Kamera greift und seine Ware fotografiert, begibt sich auf die Suche nach geeigneten Produktfotos. Die sind im Internet schnell gefunden. Doch ebenso flink schleichen sich Fehler bei ihrer Verwendung ein. Eine Abmahnung wegen Urheberrechtsverletzungen und Schadensersatzforderung kann für den oft überraschten Händler die Folge sein.
Das Bildrechtportal Copytrack spricht täglich mit Händlern, die sich ihrer Urheberrechtsverletzungen nicht bewusst waren und die das Copytrack-Team fragen: Welche Bilder dürfen wir verwenden, ohne unrechtmäßig zu handeln? Was müssen wir beachten? Tipps für den Umgang mit Bildmaterial aus den wohl gängigsten Fremdquellen hat Copytrack hier für alle Onlinehändler zusammengetragen, damit sie nicht unfreiwillig Bilderklau begehen.

1. Gesucht und gefunden: Bilder bei Google und Co.

Über Suchmaschinen gefundenes Bildmaterial zu verwenden, ist vielleicht die sicherste Art, ungewollt Bilder zu stehlen. Die Fotos sind zwar frei zugänglich, dürfen jedoch in den allermeisten Fällen nicht einfach so verwendet werden. Es gilt die eiserne Regel, dass jedes (und sei es noch so ein schlechtes) Foto urheberrechtlich geschützt ist. Ohne Klärung der Nutzungsbedingungen und ohne die ausdrückliche Zustimmung des Bildurhebers oder Rechteinhabers darf kein Foto für kommerzielle Zwecke verwendet werden. Also der Bildquelle nachgehen, Urheber bzw. Bildbesitzer kontaktieren und Lizenz klären!

2. Stockfotos: Sicher verkaufen mit gekauften Bildern

Bilddatenbanken wie Fotolia bieten eine große Auswahl hochwertiger Fotografien. Doch auch bei deren Verwendung ist Vorsicht geboten. Die Nutzungsbedingung jedes einzelnen Bildes muss studiert werden. Denn nicht jede Lizenz schließt Nutzungsrechte für kommerzielle Zwecke ein. Neben den Kosten für das Foto drohen dem überraschten Shopbesitzer schnell zusätzliche Kosten in Form von Vertragsstrafen oder Schadensersatzansprüchen, wenn die Lizenzbestimmungen nicht eingehalten werden. Doch wer sich genau an die Lizenzbestimmungen hält und kein individuelles aber hochwertiges Bild sucht, ist mit Stockfotos sicherlich gut beraten.

3. Verlockend aber eine verbotene Frucht: Kopieren beim Hersteller

Eigene Fotos herzustellen, mag überflüssig erscheinen, wenn vom Produkthersteller bereits perfekte Aufnahmen für Verpackung oder Werbemittel vorliegen. Für den eigenen Onlinehandel dürfen sie deshalb noch lange nicht verwendet werden. Produktfotos der Hersteller sind nicht automatisch zur freien Nutzung oder für Werbezwecke freigegeben. Dasselbe gilt auch für die Produktbeschreibungen des Herstellers oder eines Wettbewerbers. Text und Bild unterliegen in der Regel dem Schutz des Urheberrechts. Wenn ein Händler Herstellerbilder übernehmen will, sollte er die Nutzung vorher unbedingt anfragen und sich zusichern lassen, dass der Hersteller berechtigt ist, die Bilder an Dritte weiterzugeben. Andernfalls drohen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche.

4. Mitgegangen gleich mitgefangen? Nutzung von Amazon-Bildern

Eine weitere Möglichkeit, schnell und bequem Waren zu verkaufen, bietet der Amazon-Marketplace. Hier können sich Händler u.a. an bestehende, bebilderte Angebote der gleichen Ware von Amazon selbst oder von anderen Anbietern anhängen. Das heißt Amazon ordnet den Angeboten automatisch passende Produktfotos zu. Copytrack weist jedoch darauf hin, dass hier eine gewisse Rechtsunsicherheit darüber besteht, wer für mögliche urheberrechtswidrige Nutzungen der zu den Angeboten gehörenden Produktbilder verantwortlich gemacht werden kann: Einige Gerichte halten Amazon für den Täter, andere machen den Händler, der die Dienstleistungen von Amazon nutzt und sich an andere Angebote anhängt, für den richtigen Verantwortlichen. Ein höchstrichterliches Urteil, das die Frage möglicherweise endgültig klärt, steht noch aus. So bequem die Möglichkeit des Gebrauchs fremder Angebote also auch erscheint – die Nutzungsrechte der Bilder sollten von jedem individuell geprüft werden.

andrea.feustel@copytrack.com, Tel: +49 - 30 - 809.332.961, Fax: +49 - 30 - 809.332.999

News UK jetzt bei ddp

Ab sofort finden Bildnutzer in Deutschland den Content von The Times, The Sunday Times, The Sun und The Sun on Sunday bei ddp images. Die ddp Gruppe bietet damit einen ganz detaillierten Blick auf unsere Nachbarn in England, darunter natürlich auch das britische Königshaus, in dem es in diesem Jahr mindestens eine Hochzeit und eine Geburt geben wird.

Robin Ashton, Chef des Licensing bei News UK sagt: „Wir freuen uns, mit unserem neuen Partner den ausgezeichneten News UK Content noch weiter bekannt zu machen. Die ddp Gruppe hat die richtigen Ressourcen und die Erfahrung, um die ganze Bandbreite unserer Produktion effektiv zu repräsentieren.“ Der Bild-Content der News UK Titel ist ab jetzt bei ddp images erhältlich.

Bryan Adams bei Picture Press

Ab sofort finden Bildnutzer in Deutschland das Portfolio von Bryan Adams bei Picture Press. In den späten neunziger Jahren begann der erfolgreiche Künstler, neben seiner musikalischen Karriere auch seiner fotografischen Leidenschaft nachzugehen. Als weltberühmter Musiker bereits gut vertraut mit der Welt der Super-Models und Rock-Stars fiel es Adams leicht, auch die ganz Großen des Showbiz vor seine Kamera zu bitten. Vor fünfzehn Jahren gründete er in Berlin das Magazin ZOO, für das er auch zahlreiche deutsche Prominente porträtierte. Adams arbeitet zur Zeit an einem Buchprojekt mit Obdachlosen und kooperiert mit dem Picture Press Exklusivpartner camera press. Erlöse aus seiner Fotografie fließen in die Bryan Adams-Foundation, die weltweit wohltätige Projekte unterstützt.


Bastian Schweinsteiger © Bryan Adams / Picture Press

Bildermarkt 2018

Der BVPA, der Bundesverband professioneller Bildanbieter startet in Kooperation mit dem Studiengang Fotojournalismus und Dokumentarfotografie der Hochschule Hannover eine große Branchenerhebung.
Während die Bedeutung von Bildern ständig zunimmt, bleibt der Bildermarkt ein Stiefkind der Forschung. Belastbare Zahlen zur Entwicklung des Handels mit Bildern sind nach wie vor Mangelware. Gemeinsam mit dem Studiengang Fotojournalismus und Dokumentarfotografie führt der Bundesverband professioneller Bildanbieter in den nächsten vier Wochen eine umfangreiche Branchenumfrage zum „Bildermarkt 2018“ durch. Ziel dieser Befragung unter Leitung von Prof. Lars Bauernschmitt ist die Erhebung von Informationen über die aktuellen Entwicklungen des deutschen Bildermarktes vor dem Hintergrund des medialen Strukturwandels.
„Als Hochschule haben wir nicht nur die Aufgabe, Fotografen für eine praktische Berufsausübung auszubilden, sondern auch uns theoretisch-inhaltlich mit unserem Fachgebiet auseinanderzusetzen und Entwicklungen zu reflektieren“, erklärt Lars Bauernschmitt. Die Ergebnisse dieser Umfrage sollen den Bildagenturen Informationen über die Situation des Bildermarktes und über Entwicklungen der Branche liefern. Der Vergleich der Daten der Bilderbranche mit den Kennzahlen des eigenen Unternehmens erlaubt es den teilnehmenden Unternehmen, eigene Abläufe im Branchenvergleich einzuordnen und unter Umständen weiter zu entwickeln.
„Wir sind gespannt auf die Umfrageergebnisse und Veränderungen des Marktes im Vergleich zu vorherigen Studien. Die Interpretation aktueller Zahlen ist für die Bildbranche ein wichtiges Thema“, so BVPA-Geschäftsstellenleiter Mathias Jahn.
Die Umfrage mit 20 Fragen gliedert sich in fünf Themenfelder:

1. Allgemeine Fragen zu den Unternehmen.
2. Fragen zum Umsatz und der wirtschaftlichen Situation.
3. Fragen zu den Kosten.
4. Fragen zum Bildbestand.
5. Fragen zu Marketing und Vertrieb.

Den Verantwortlichen ist es gelungen, mit ihrem Fragenkatalog einen praktikablen Mittelweg zu finden zwischen dem Interesse einer umfassenden Erhebung exakter Daten und der Minimierung des Aufwandes für die Befragten. Die Ergebnisse sollen den Mitgliedern des Verbandes auf der Mitgliederversammlung am 20. April 2018 in München vorgestellt werden. TeilnehmerInnen der Umfrage erhalten die ausführliche Auswertung nach Fertigstellung zugesandt.

Social Media

Das Bildgeschäft war noch vor 15 Jahren deutlich weniger komplex, die Anforderungen viel klarer und strukturierter. Dem gegenüber steht heute ein enormes Tempo in der gesamten Branche, eine wahre Flut an zugängigen visuellen Inhalten und vielseitige neue Einsatzmöglichkeiten. Welch große Rolle dabei das Social Web spielt, steht im Zentrum der neuen Ausgabe des PICTA-Magazins.
In Interviews und Beiträgen teilen Bildprofis ihre Expertise und Erfahrungen – vom erfolgreichen Instagrammer über den avantgardistischen Fotoredakteur bis hin zum Lehrbeauftragten mit visuellem Schwerpunkt Social Media.
Zusätzlich geht es im aktuellen Heft um technologische Themen, die mit der zunehmenden Digitalisierung einhergehen. Auch Bildsprache und Bildwirkung rücken erneut in den Fokus. Die PICTA-Redaktion spricht mit Experten im Bereich Vermarktung und Einkauf, und wie immer werden neue Lizenzmodelle und Anbieter auf dem Markt beleuchtet. Abgerundet wird das Ganze durch wichtige Urteile und Aspekte der Rechtsprechung, die jeder Bildkäufer und -verkäufer im Blick haben sollte. Das neue PICTA-Magazin kann ab sofort einzeln für 9,80 EURO zzgl. Versand oder zusammen mit dem Heft „Bildhonorare 2018“ zum Preis von 34,80 Euro zzgl. Versand unter www.bvpa.org/shop bestellt werden. Für mobile iOS- und Android-Geräte gibt es das Digital-Paket für 27,80 Euro.
Das ePaper des Magazins kann auch einzeln direkt über die App Stores iTunes oder Google play erworben werden. Der Kauf erfolgt über den App-Kiosk „PICTA & MFM“.

Neuer Vorstand

Der BFF Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter e.V. hat seine 43. ordentliche Mitgliederversammlung im NRW-Forum Düsseldorf durchgeführt. Neben den Berichten der drei Vorstände, der Justiziarin Dorothe Lanc und des Geschäftsführers Jürgen Meister über die zurückliegenden zwei erfolgreichen Jahre im BFF wurde der neue Vorstand bis 2020 gewählt. Nahezu einstimmig wurden die bisherigen Vorstände Darius Ramazani, J. Konrad Schmidt, Berlin und Frank Stöckel, Hamburg, in ihrem Amt bestätigt. Zusätzlich wurde ein vierter Vorstand von den Teilnehmern gewählt, Klaus Mellenthin, Berlin, um die vielfältigen Aufgaben vor allem im Hinblick auf die Aktionen zum 50-jährigen Bestehen des BFF 2019 besser bewältigen zu können. Die Vorstände sind ausschließlich ehrenamtlich für den Verband tätig.
Ein inhaltlicher Schwerpunkt der Mitgliederversammlung war die Rückschau auf die vergangenen fünf Jahre mit der 2013 beschlossenen neuen Satzung. Diesbezüglich wurden verschiedene Korrekturen beschlossen, am wichtigsten die Stärkung des BFF-Professionals als zentralem Status der möglichen Mitgliedschaft mit dem höchsten Qualitätsanspruch an die Arbeiten dieser Mitglieder.
Die Attraktivität des BFF für Profi-Fotografen und -Filmer zeigt sich besonders deutlich an seinem stetigen Wachstum. „So konnte der Verband seit 2014 insgesamt 193 neue Mitglieder aufnehmen, so dass die Mitgliederzahl bereinigt mit den Austritten von 428 (2012) auf 532 (2018) um 104 gestiegen ist“, so der Vorstandssprecher Frank Stöckel.

Bildhonorare `18

Die Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing, kurz mfm, gibt eine neue Ausgabe seiner bekannten Publikation „Bildhonorare – Übersicht der marktüblichen Vergütungen für Bildnutzungsrechte“ heraus.
Das Tabellenwerk wurde in Zusammenarbeit mit den großen deutschen Fotoverbänden komplett überarbeitet und an die neuen Entwicklungen in der Bildvermarktung angepasst. Die fortschreitende Verschiebung des Marktes von Print- zu vielfältigen Online-Bildnutzungen spiegelt sich in der neuen Ausgabe der „Bildhonorare“ wider. Crossmediale Nutzungen und neue Anforderungen an Bildverwendungen prägen die aktuelle Darstellungsform der mfm-Publikation.

Mit seinem übersichtlichen Layout inklusive Medienverzeichnis ist die Broschüre ein unerlässliches Standardwerk für Bildagenturen, Fotografen, Kanzleien für Urheber- und Medienrecht bzw. alle, die Bildhonorare kalkulieren müssen.
Die neue Ausgabe 2018 erscheint sowohl in der gedruckten Version als auch im ePaper-Format für mobile Endgeräte.
Unter www.bvpa.org/shop können die „Bildhonorare 2018“ ab sofort im Print-Paket zum Preis von 34,80 Euro zzgl. Versand bestellt werden.
Für mobile iOS- und Android-Geräte gibt es das Digital-Paket für 27,80 Euro.
Einzeln gibt es das ePaper der „Bildhonorare 2018“ über die App Stores iTunes oder Google play. Der Kauf erfolgt über den App-Kiosk „PICTA & MFM“.

Veröffentlichung gestattet

Der Kläger ist ehemaliger Bundespräsident, die Beklagte ein Zeitschriftenverlag. Am 6. Mai 2015 bestätigte der Kläger in einer Pressemitteilung, dass er und seine Frau wieder zusammen lebten.

Am 13. Mai 2015 veröffentlichte die Beklagte in der Illustrierten „People" unter der Überschrift „Liebes-Comeback" einen Artikel über den Kläger und seine Ehefrau und bebilderte diesen Artikel u.a. mit einem Foto, das den Kläger und seine Ehefrau am Auto zeigte. Am 20. Mai 2015 veröffentlichte die Beklagte in der Zeitschrift „Neue Post" unter der Überschrift „Nach der Versöhnung – Christian Wulff – Wer Bettina liebt, der schiebt!" einen weiteren Artikel über den Kläger und seine Ehefrau, wobei sie den Artikel u.a. mit einem Foto des Klägers mit einem gefüllten Einkaufswagen bebilderte.

Das Landgericht hat der auf Unterlassung der Bildberichterstattung gerichteten Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten hatte keinen Erfolg. Nach Ansicht des Oberlandesgerichts verletzte die Veröffentlichung der Bilder den Kläger in seiner Privatsphäre. Mit der vom VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs zugelassenen Revision verfolgte die Beklagte ihr Klageabweisungsbegehren weiter.

Der unter anderem für Ansprüche aus dem Recht am eigenen Bild zuständige VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat die Vorentscheidungen aufgehoben und die Klage abgewiesen.

Die veröffentlichten Fotos waren dem Bereich der Zeitgeschichte (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG) zuzuordnen und durften deshalb von der Beklagten auch ohne Einwilligung des Klägers (§ 22 KunstUrhG) verbreitet werden, da berechtigte Interessen des Abgebildeten damit nicht verletzt wurden. Die Vorinstanzen hatten die in besonderer Weise herausgehobene Stellung des Klägers als ehemaliges Staatsoberhaupt, den Kontext der beanstandeten Bildberichterstattung sowie das Ausmaß der vom Kläger in der Vergangenheit praktizierten Selbstöffnung nicht hinreichend berücksichtigt und deshalb rechtsfehlerhaft dem Persönlichkeitsrecht des Klägers den Vorrang vor der durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützten Pressefreiheit der Beklagten eingeräumt.

Die herausgehobene politische Bedeutung des Klägers als Inhaber des höchsten Staatsamtes und das berechtigte öffentliche Interesse an seiner Person endeten nicht mit seinem Rücktritt vom Amt des Bundespräsidenten; die besondere Bedeutung des Amtes wirkt vielmehr nach. Auch nach seinem Rücktritt erfüllt der Kläger, der als „Altbundespräsident" weiterhin zahlreichen politischen und gesellschaftlichen Verpflichtungen nachkommt, Leitbild- und Kontrastfunktion auch in der Normalität seines Alltagslebens. Im Zusammenhang mit der – nicht angegriffenen – Textberichterstattung leisteten die Veröffentlichungen einen Beitrag zu einer Diskussion allgemeinen Interesses. Sie nehmen Bezug auf die vom Kläger selbst erst einige Tage zuvor durch Pressemitteilung bestätigte Versöhnung mit seiner Frau. Gegenstand der Berichterstattung ist darüber hinaus die eheliche Rollenverteilung. Die Fotos bebildern dies und dienen zugleich als Beleg. Ferner war zu berücksichtigen, dass der Kläger sein Ehe- und Familienleben in der Vergangenheit immer wieder öffentlich thematisiert und sich dadurch mit einer öffentlichen Erörterung dieses Themas einverstanden gezeigt hat. Zudem betreffen die zur Einkaufszeit auf dem Parkplatz eines Supermarktes und damit im öffentlichen Raum aufgenommenen Fotos den Kläger lediglich in seiner Sozialsphäre. Den entgegenstehenden berechtigten Interessen des Klägers kommt demgegenüber kein überwiegendes Gewicht zu (§ 23 Abs. 2 KunstUrhG). Die Fotos weisen keinen eigenständigen Verletzungsgehalt auf, sondern zeigen den Kläger in einer unverfänglichen Alltagssituation und in der Rolle eines fürsorgenden Familienvaters.

Vorinstanzen: Oberlandesgericht Köln – Urteil vom 19. Januar 2017 – 15 U 88/16

Landgericht Köln – Urteil vom 27. April 2016 – 28 O 379/15

Die hier maßgeblichen Vorschriften lauten:

§ 22 Satz 1 KunstUrhG

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.

§ 23 Absatz 1 Nr. 1 KunstUrhG

Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden: Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte.

§ 23 Absatz 2 KunstUrhG

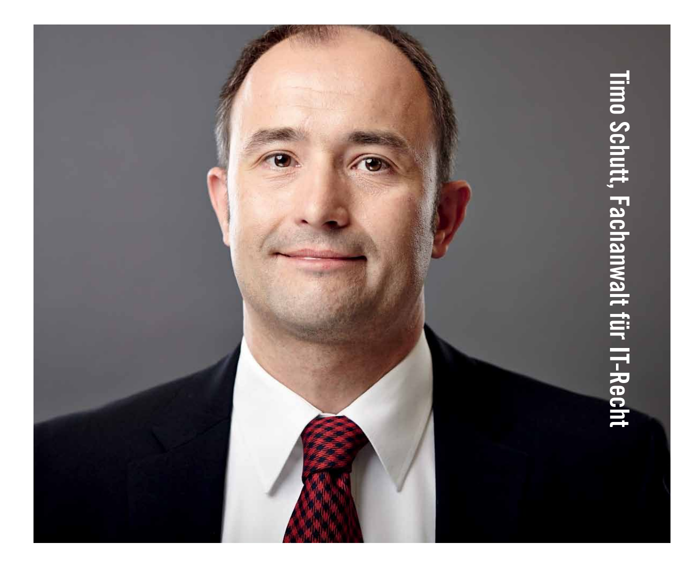
Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten verletzt wird.

Quelle: Pressemitteilung Bundesgerichtshof Nr. 024/2018 vom 6.2.2018

Markenverletzung durch Quelltext

Interne Suchmaschinen werden vielfach verwendet. Gerade auf größeren Plattformen und Webshops ist es sinnvoll, den Nutzern die Möglichkeit zu geben, ohne das oft komplizierte Navigieren durch die Menüstruktur schnell bestimmte Produkte oder Inhalte zu finden.

von Timo Schutt


Timo Schutt, Fachanwalt für IT-Recht

Im Sinne der von Google und anderen Suchmaschinen angebotenen Vervollständigung von Suchen auf der Basis bereits erfolgter Suchanfragen nutzen auch viele Anbieter die Möglichkeit, anhand der Eingaben der Nutzer bestimmte Ergebnisse zu erzielen. Das kann auch soweit gehen, dass diese Suchanfragen genutzt werden, um selbst wiederum über Google & Co. besser gefunden zu werden, indem also die Suchanfragen als Keywords für die eigene Suchmaschinenoptimierung fungieren.
Doch kann das zulässig sein, wenn beispielsweise geschätzte Begriffe, wie Markennamen u.ä. so genutzt werden?
Genau diesen Fall hatte kürzlich der Bundesgerichtshof auf dem Tisch, so dass in dem heutigen Fallbeispiel die Thematik aufgegriffen wird und dargelegt werden soll, um zu zeigen, wie die Gerichte mit solchen technischen Möglichkeiten umgehen. Die Antwort des Fallbeispiels basiert auf den stark gekürzten und vereinfachten Entscheidungsgründen des Gerichts.
Bitte lesen Sie zunächst nur das Fallbeispiel und die Frage und versuchen Sie selbst Ihr Rechtsempfinden zu befragen, bevor Sie sich die Lösung ansehen.
Hätten Sie ebenso entscheiden?

Fallbeispiel

Die Klägerin vertreibt unter ihrer Unternehmensbezeichnung „Posterlounge“ im Internet Kunstdrucke und Poster. Sie leitet auf Grund einer ihr vertraglich eingeräumten ausschließlichen Lizenz Rechte aus der eingetragenen Gemeinschaftswortmarke „Posterlounge“ (nachfolgend Klagemarke) ab. Hilfsweise stützt sie ihre Klage in der angegebenen Reihenfolge auf weitere für dieselben Waren und Dienstleistungen eingetragene Marken „Posterlounge“ sowie auf ihr Unternehmenskennzeichenrecht.
Die Beklagte betreibt im Internet eine Plattform, auf der unter anderem Poster und Druckerzeugnisse versteigert und verkauft werden sowie Werbung entsprechender Anbieter geschaltet ist.
Die Klägerin stellte fest, dass bei einer Eingabe des mit Anführungszeichen versehenen Begriffspaares „Poster Lounge“ in die Suchmaske der Suchmaschine Google auf der ersten Seite der Trefferliste unter anderem folgendes Suchergebnis erschien: „poster lounge -> .de Aluminium Lounge Set, PC – Rolling Stones Voodoo Lounge – Rarität – Komplett, Rolling Stones – Voodoo Lounge – VHS. www…..de/suche/1285699/poster-lounge.htm – Im Cache“
Beim Anklicken des Suchergebnisses gelangte man jeweils auf die Internetseite der Beklagten. Dieses von der Klägerin als Verletzung ihres Markenrechts beanstandete Suchergebnis kam wie folgt zu Stande: Google durchsucht nicht nur den sichtbaren Teil, sondern auch den Quelltext von Internetseiten nach den Suchbegriffen. Wird in die Google-Suchmaske eine Wortgruppe in Anführungszeichen eingegeben, berücksichtigt die Suchmaschine die Wörter der Gruppe genau in der eingegebenen Reihenfolge. Im Quelltext der in den Suchergebnissen verlinkten

Seite der Beklagten war mehrfach das Begriffspaar „poster lounge" enthalten. Dieser Umstand beruhte darauf, dass die Beklagte die auf ihrer Internetseite vorhandene interne Suchmaschine so programmiert hatte, dass Suchanfragen der Nutzer automatisch gesammelt, analysiert und dazu verwendet wurden, späteren Nutzern Suchworte vorzuschlagen. Die gesammelten Suchdaten wurden darüber hinaus, soweit sie vom Programm automatisch zu Suchvorschlägen umgesetzt worden waren, auch in den Quelltext der Internetseite der Beklagten aufgenommen. Der so zu Stande gekommene Quelltext war ursächlich für das beanstandete Suchergebnis. Auch die konkrete Titelzeile des Treffers (poster lounge -> .de) ergab sich aus dem Inhalt des Quelltextes der Internetseite der Beklagten.

Die Klägerin sieht durch das Verhalten der Beklagten die Rechte an den Marken und an ihrem Unternehmenskennzeichen verletzt. Sie hat beantragt, die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr das Zeichen „poster lounge" für Druckerzeugnisse unter Einschluss der Bewerbung derselben und/oder für das Bereitstellen einer Informations- oder Angebotsplattform in der Weise im Internet zu benutzen und/oder benutzen zu lassen, wenn das geschieht durch Verwendung des vorgenannten Zeichens im Quelltext einer Internetseite, die Bestandteil des Angebots unter Einschluss der Bewerbung von Druckerzeugnissen oder der Bereitstellung einer Informations- oder Angebotsplattform ist und zu dem oben genannten Suchergebnis führt.

Frage: Hat die Beklagte durch die Aufnahme der als Marke geschützten Begriffe in den Quelltext ihrer Website die Rechte der Klägerin verletzt?

Antwort: Ja.

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu. Die Verwendung der Begriffskombination „poster lounge" im Quelltext der Internetseite der Beklagten verletzt die Marke der Klägerin. Die Beklagte ist für diese Verletzung verantwortlich.

Die Voraussetzungen einer markenmäßigen Verwendung liegen vor. Eine Markenverletzung kann grundsätzlich nur angenommen werden, wenn eine markenmäßige Verwendung der beanstandeten Bezeichnung vorliegt. Eine markenmäßige Verwendung oder eine Verwendung als Marke setzt voraus, dass die beanstandete Bezeichnung im Rahmen des Produkt- oder Leistungsabsatzes jedenfalls auch der Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer dient. Für eine markenmäßige Verwendung reicht es, dass ein als Suchwort verwendetes Zeichen dazu benutzt wird, das Ergebnis des Auswahlverfahrens in der Trefferliste einer Internetsuchmaschine zu beeinflussen und den Nutzer zu der Internetseite des Verwenders zu führen.

Die Beklagte hatte die auf ihrer Internetseite vorhandene interne Suchmaschine so programmiert, dass Suchanfragen der Nutzer automatisch in den Quelltext ihrer Internetseite aufgenommen wurden. Dieses Verhalten hat dazu geführt, dass im Quelltext der Internetseite der Beklagten, die von Google bei der Erstellung von Suchergebnislisten berücksichtigt wird, mehrfach das Begriffspaar „poster lounge" enthalten war. Dies wiederum war ursächlich für den Umstand, dass es bei der Eingabe der in Anführungszeichen gesetzten Begriffskombination „Poster Lounge" in die Suchmaschine Google zu den beanstandeten Suchergebnissen mit der Titelzeile

„poster lounge -> .de" kam, die über einen elektronischen Verweis zur Internetplattform der Beklagten führten.

Zwischen der Klagemarke und der Bezeichnung „poster lounge" besteht auch Verwechslungsgefahr.

Allerdings scheidet eine Haftung des Betreibers einer Internetseite dann aus, wenn er bestimmte Begriffe im Quelltext oder im Text seiner Seite nur in einem beschreibenden Zusammenhang verwendet und diese erst durch das von ihm nicht beeinflussbare Auswahlverfahren einer Suchmaschine in der Trefferliste in einen Zusammenhang gestellt werden, dem der Verkehr eine markenmäßige Benutzung dieser Begriffe. Eine solche rein beschreibende Verwendung der Begriffe im Quelltext der Internetseite der Beklagten liegt jedoch hier nicht vor. Die von den Nutzern der internen Suchmaschine der Beklagten möglicherweise noch rein beschreibend verwendeten Einzelbegriffe „Poster" und „Lounge" werden nicht erst durch das von der Beklagten nicht beeinflussbare Auswahlverfahren der Suchmaschine Google zu den beanstandeten Treffern „Poster Lounge" zusammengefügt. Vielmehr bewirkt bereits das Programm der Beklagten, dass die von den Nutzern der Plattform verwendeten Einzelbegriffe zu der als markenverletzend beanstandeten

Kombination zusammengesetzt und in dieser Kombination – für die Suchmaschine Google auffindbar – in den Quelltext der Seite der Beklagten eingefügt werden. Die auf das Angebot der Beklagten hinweisende Titelzeile der Suchergebnisse „poster lounge -> .de“ ist so im Quelltext der Seite der Beklagten vorhanden gewesen.
Die Beklagte ist vorliegend als Täter und nicht bloß als Störer verantwortlich für die Verletzung der Klagemarke. Die Beklagte hat sich nicht darauf beschränkt, ihren Nutzern eine Handelsplattform im Internet zur Verfügung zu stellen. Sie hat vielmehr die auf ihrer Internetseite vorhandene interne Suchmaschine so programmiert, dass Suchanfragen der Nutzer automatisch gesammelt, analysiert und derart in den Quelltext der Internetseite der Beklagten aufgenommen wurden, dass sie von Suchmaschinen aufgefunden und zu Suchergebnissen verarbeitet werden konnten, die wiederum durch einen elektronischen Verweis und durch ihre Gestaltung (poster lounge -> .de) auf das Angebot der Beklagten hinführten. Durch diese aktive Beeinflussung des Ergebnisses des Auswahlverfahrens einer Internetsuchmaschine im eigenen wirtschaftlichen Interesse hatte die Beklagte die Tatherrschaft über den Lebenssachverhalt, der zu der streitgegenständlichen Markenverletzung geführt hat. Die Beklagte ist deshalb als Täterin durch aktives Tun verantwortlich.
Im Streitfall liegen auch die weiteren Voraussetzungen eines Schadensersatzanspruchs und eines Auskunftsanspruchs vor. Ein Verschulden der Beklagten ist gegeben. Die Beklagte ist nicht schuldloses Opfer eines mehrdeutigen, nicht ohne weiteres als marken- oder firmenmäßig zu erkennenden Suchverhaltens eines Nutzers geworden. Sie hat vielmehr durch die auf Beeinflussung des Auswahlverfahrens der Internetsuchmaschine Google gerichtete Gestaltung ihrer internen Suchmaschine das Markenrecht der Klägerin zumindest fahrlässig verletzt. Der Beklagten musste klar sein, dass infolge der von ihr vorgenommenen Programmierung markenverletzende Begriffe in den Quelltext aufgenommen und von der Internetsuchmaschine Google als Treffer Einträge ausgewiesen werden, die auf das Angebot der Beklagten hinweisen. Ab Zugang des Abmahnschreibens lag sogar Vorsatz vor.
Der Haftung der Beklagten stehen auch die Vorschriften des Telemediengesetzes nicht entgegen. Anders als in den Fällen, in denen Dritte in einem automatisierten Verfahren die Einstellung markenverletzender Angaben auf einer Internetplattform vornehmen und in denen den Diensteanbieter nur eine Haftung für fremde Informationen trifft (§§ 8, 10 TMG), ist die Beklakte für die Programmierung ihrer internen Suchmaschine zum Zwecke der Beeinflussung des Auswahlverfahrens in der Trefferliste der Internetsuchmaschine Google uneingeschränkt verantwortlich. Bei den durch ihr Verhalten geschaffenen Einträgen im Quelltext ihrer Internetseite handelt es sich um eigene Informationen der Beklagten (§ 7 I TMG).
Die Klägerin kann auch Erstattung der geltend gemachten Abmahnkosten in Höhe von 699,90 Euro nebst Zinsen verlangen. Die Beklagte ist auf Grund der im eigenen wirtschaftlichen Interesse vorgenommenen Programmierung ihrer internen Suchmaschine zum Zwecke der Beeinflussung des Auswahlverfahrens der Suchmaschine Google als Täterin durch zumindest fahrlässiges aktives Tun uneingeschränkt verantwortlich.
(BGH, Urteil vom 30.07.2015, Aktenzeichen I ZR 104/14 – Posterlounge)

Fazit

Die Verwendung von geschützten Begriffen, Bezeichnungen, Namen, Unternehmenskennzeichen und dergleichen im geschäftlichen Verkehr ist nur in engen Ausnahmefällen erlaubt.
Insbesondere dann, wenn es für den durchschnittlichen Nutzer nicht erkennbar ist, dass der Verwender der Bezeichnung nicht auch der Markeninhaber ist bzw., dass er nicht in geschäftlicher Verbindung zu diesem steht, ist Vorsicht geboten.
Im Einzelfall muss vor dem Einsatz solcher Begriffe und insbesondere vor der automatisierten Übernahme derselben durch technische Hilfsmittel unbedingt rechtlich geprüft werden, ob die geplante Verwendung ausnahmsweise möglich ist oder nicht.
Im Zweifel muss auf die Verwendung und Nutzung solcher Begriffe verzichtet werden.

Timo Schutt Rechtsanwalt Fachanwalt für IT-Recht
www.schutt-waetke.de
ra-schutt@schutt-waetke.de



Hinz & Kunzt

Der erste Blick auf Johanna-Maria Fritz` Fotos im Magazin Hinz & Kunzt, dem Hamburger Strassenmagazin, war eine positive Überraschung – und eine große Freude

von Klaus Plaumann

Was für eine erstaunliche Reise, tolle und ungewöhnliche Fotos von Zirkusleuten im Nahen Osten!
Nach Ihrem Abschluss auf der Ostkreuzschule für Fotografie in Berlin war Johannas zukünftigeTätigkeit als Fotografin die richtige Entscheidung: Sie hatte, schon während ihres Studiums als Fotografin gearbeitet,

Modestrecken und die Geschichte über einen syrischen Flüchtling gehörten dazu.
Schon früh war klar, dass sie Fotografin werden wollte. Während ihrer Schulzeit war sie aktiv als Standfotografin „beim Film“. Ihre größte Freude war dann, als Assistentin bei dem Fotografen Daniel Josefsohn zu arbeiten, der kein Standardfotograf war, sondern die Welt mit anderen Augen betrachtete. Er starb schon mit 54 Jahren, aber für Johanna-Maria Fritz war er eine Offenbarung. „Der beste Punk der Fotowelt“ liest man auf der website von Deutschlandfunk Kultur.
Während sie mit Josefsohn zusammenarbeitete, begann sie an der Neuen Schule für Fotografie zu studieren, wechselte dann jedoch an die Ostkreuzschule, dort machte sie 2015 ihren Abschluss. Damals begann sie schon außergewöhnliche Projekte: Ein Zirkus in Island, dann im mittleren Osten – und in Asien. Ihr Ziel dabei war, einen anderen Blick auf Länder zu zeigen, „fernab von Krieg und Unterdrückung“. Sieht man ihre Bilder, kann man das sehr gut nachvollziehen. Dieser Blickwinkel betrifft auch eine Reportage über junge geflüchtete Männer, die sich auf Grund ihrer Drogensucht im Berliner Tiergarten prostituieren. Zu ihren Kunden in Deutschland zählte schon der „Spiegel“, die „taz“, das „Zeitmagazin“, auch in anderen Länder hatte sie bereits Veröffentlichungen: „Le Monde“, „National Geographic,“ „De Staandard“ und „IO Donna“.

Seit wann arbeitest Du als Fotografin?

Johanna-Maria Fritz: Ich habe schon während meines Studiums als Fotografin gearbeitet. Unter anderem habe ich eine Modestrecke für das Vice Magazin und eine Geschichte über einen syrischen Geflüchteten für Zeit Online fotografiert.

Deine berufliche Biographie?

Kurz nach meinem Realschulabschluss 2010 habe ich am Staatstheater in Wiesbaden und bei verschiedenen Mode- und Stilfotografen gearbeitet. Wirklich geprägt hat mich jedoch erst meine Assistenz bei Daniel Josefsohn. Sein Stil und seine Ratschläge haben mir in meiner Entwicklung sehr geholfen. Gleichzeitig unterstützte er mich bei meinen eigenen Projekten und wurde so zu einem wichtigen Lehrer und Freund.
Zuletzt habe ich mit meiner Kollegin Charlotte Schmitz junge geflüchtete Männer fotografiert, die sich auf Grund ihrer Drogensucht im Berliner Tiergarten prostituieren. Im Rahmen dieses Projektes haben wir den Kontakt zwischen den Betroffenen und den Organisationen hergestellt. Seitdem bauen wir gemeinsam mit „KommMit e.V./BBZ“ und „Fabrik Osloer Straße e.V. – Nachbarschafts Etage Paten für Flüchtlinge“ ein Patenschaftsprojekt auf, das dauerhafte Lösungen finden soll. Durch diese besondere Zusammenarbeit haben wir nicht mehr nur die Rolle des Beobachters, sondern auch die des Aktivisten eingenommen. In diesem Projekt geht es speziell darum, nicht nur die Problematik darzustellen, sondern auch konkrete Perspektiven zu bieten. Für meine zukünftige Arbeit möchte ich dies beibehalten.

Wer sind Deine Kunden?

Anfangs habe ich meine Projekte vor allem an deutsche Medien wie Spiegel, taz, Zeitmagazin und das Dummy Magazin verkauft, doch inzwischen arbeite ich auch für internationale Magazine und Zeitungen wie Le Monde, National Geographic, De Staandard und IO Donna.

Verkaufen auch Bildagenturen Deine Fotos?

Nein. Bisher habe ich mich weder selbst darum bemüht, noch hat mich eine Agentur angefragt.

Ist es heute noch sinnvoll, als Fotografin zu arbeiten?

Aus meiner Perspektive sehr sogar. Ich könnte mir gar keinen anderen Job vorstellen. Allerdings weiß ich auch nicht, wie es früher war. Vielleicht wird man heute damit nicht mehr reich, aber ich kann davon einigermaßen leben. Ich weiß natürlich auch nicht, wie das in Zukunft aussehen wird. Das ist eben das übliche Risiko eines Freiberuflers. Das gibt es nicht nur in der Fotografie.

Bekommst Du Deine Reisekosten erstattet?
Sind die Honorare festgelegt?

Das kommt auf das Medium an. Aber wenn mich jemand mit einem Projekt beauftragt, dann natürlich schon. Gut verhandeln können gehört aber auch dazu. Die MFM Liste des Bundesverbandes professioneller Bildanbieter bietet einen guten Überblick über die üblichen Honorare.


© Johanna-Maria Fritz, Sirkus Islands

Bist Du Mitglied eines Fotografenverbandes?

Ja, ich bin Mitglied beim JVBB. 2016 habe ich an dem einjährigen Mentorenprogramm des Verbandes teilgenommen. Dieses Jahr hat meine Mentorin Barbara Stauss und mich so sehr zusammengeschweißt, dass wir heute noch zusammenarbeiten. Der Verband bietet außerdem rechtliche Unterstützung, vermittelt Kontakte und veranstaltet Informationsabende.

Verdienst Du Deinen Lebensunterhalt damit?

Ja, seit knapp einem Jahr. Davor habe ich viel in der Gastronomie gejobbt. Ich bin aber sehr froh, das jetzt erstmal nicht mehr machen zu müssen. Denn sich auf die Fotografie zu fokussieren ist nicht einfach, wenn man dreimal die Woche eine Nachtschicht hat.


© Johanna-Maria Fritz, Sirkus Islands

Gehören auch Video-Produktionen zu Deinem Handwerk?

Bisher noch nicht, aber für die Zukunft könnte ich mir das auch gut vorstellen. Ein weiteres Medium eröffnet einem auch immer neue Möglichkeiten, sich auszudrücken.

Hast Du Mitarbeiter/Assistenten?

Im Ausland arbeite ich, je nach Land und Sprache, mit einem Übersetzer zusammen, ein Journalist ist je nach Geschichte auch dabei. Allerdings ist es für den Protagonisten und das Foto oft nicht förderlich, wenn zu viele Menschen dabei sind. Deshalb versuche ich meist, eine eher intime Situation mit dem Protagonisten zu schaffen, sodass sich er oder sie sich auch wohlfühlen



© Johanna-Maria Fritz, Sirkus Islands

kann. An dem Punkt, an dem ich meinen persönlichen Assistenten habe, bin ich auf jeden Fall noch nicht angelangt.

Wie siehst Du die Entwicklung des Bilder-Marktes für Fotografen in den nächsten Jahren?

Ach, es gibt immer eine gewisse Weltuntergangsvision, durch die sich jede Branche um die eigene Existenz sorgt. Das Smartphone und das Internet haben die Fotografie natürlich unglaublich verändert. Vor allem News Fotografen werden davon bedroht. Meine Arbeit dreht sich jedoch eher um Hintergrundreportagen, daher bin ich nicht so akut betroffen.

Während des arabischen Frühlings, oder jetzt aktuell im Iran, bin ich sogar sehr froh um die Dokumentation mit dem Smartphone, weil die Berichterstattung sonst gar nicht in diesem Maße möglich gewesen wäre.

Generell denke ich, dass Veränderungen grundsätzlich nichts Schlechtes sind, sondern einfach nur gewöhnungsbedürftig. Hat man sich daran gewöhnt, kann man es sich gar nicht mehr anders vorstellen.

Liebe vor der Linse

Am 14. Februar war es wieder so weit: Es war Valentinstag – der Tag, an dem Männer (und einige Mädchen) aus der ganzen Welt mit unterschiedlichsten originellen und weniger originellen Geschenken ihre Liebe bekundeten.

von Mary Eising

Ob mit einem traditionellen Blumenstrauß, einer Valentinskarte, einer besonderen Schokolade, einem romantischen Restaurantbesuch oder gar einem Heiratsantrag – weltweit erfreut sich der Valentinstag großer Beliebtheit. Doch wie kann man diese Liebe, die in den Augen der Liebenden strahlt, in Bildern festhalten? Mary Eising sprach mit Kate Duckmanton, einer versierten Hochzeitsfotografin, über das Leben und die Herausforderungen hinter Kamera.

Hi Kate, du hast dich auf Hochzeitsfotografie spezialisiert und fotografierst schon seit vielen Jahren Pärchen aus England an ihrem großen Tag. Erzähl uns doch bitte, wie bist du zur Hochzeitsfotografie gekommen?

Kate Duckmanton: Mein Vater war schon Fotograf. Zunächst war es ein Hobby neben dem Kunststudium. Als meine Kinder zur Welt kamen und ich meine Karriere in etwas ändern musste, das leichter zu meinem neuen Leben als Mama passt, war das tatsächlich das Offensichtlichste für mich.

Es ist sicherlich nicht immer einfach, jedem Hochzeitspaar die Wünsche von den Augen abzulesen. Wie findest Du heraus, wonach der Kunde sucht?

Kommunikation und Vorbereitung sind der Schlüssel. Ich stelle sicher, dass ich meinen Paaren die richtigen Fragen stelle, um genau zu bestimmen, was sie wollen – ich kläre auch vorab, wann bestimmte Motive aufgrund von Beleuchtungseinschränkungen, Wetter, Standort

usw. nicht möglich sind, damit keine falschen Erwartungen entstehen. Anschließend erstelle ich einen Zeitplan und eine Motiv-Liste für den Tag der Hochzeit. Sobald alle wichtigen Dinge in jeder Phase des Tages in der Tasche sind, weiß ich, dass ich sicher bin und mir zusätzlich etwas Raum für kreativere Aufnahmen bleibt. Dem Kunden etwas zu liefern, das er liebt, dies nicht konkret wusste, aber dennoch wollte, das ist die größte Herausforderung.

Das wichtigste Bild für das Hochzeitspaar ist sicherlich das Hochzeitsporträt. Wie bereitest du dieses Bild vor bzw. wo siehst du hier die Herausforderungen?

Ein perfektes Hochzeitsporträt muss die tatsächlichen Charaktere der Paare widerspiegeln und sie müssen entspannt sein, um sie selbst zu sein. Ich hole sie in der Regel irgendwann von ihren Gästen weg. Meine Anforderungen an ihre Persönlichkeiten passe ich an und achte sehr genau darauf, wie sie reagieren, vor der Kamera zu stehen. Das Letzte, was ich will, ist, sie zu bitten, etwas zu tun, was sie peinlich oder unangenehm finden! Ich empfehle immer eine kleine Fotosession vor der Hochzeit – ich finde, dass die Paare, die ich zuvor fotografiert habe, an ihrem Hochzeitstag wesentlich entspannter und gelassener sind, da sie mich dann schon ein wenig kennen und wissen, was sie erwartet.

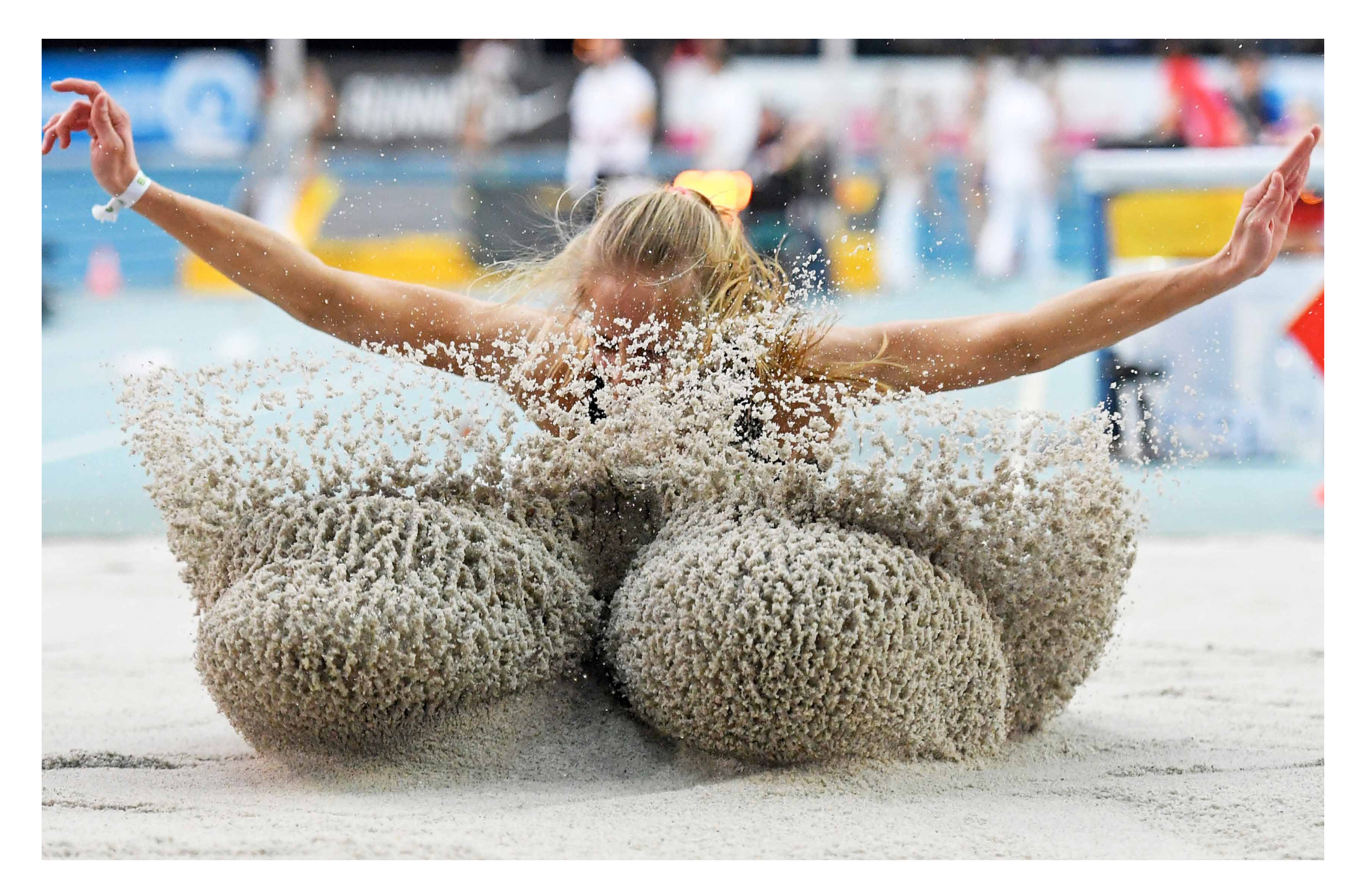
Was ist das Beste und Schlimmste an so einem Tag für dich?

Ich liebe es, an einem Hochzeitstag von so viel Freude umgeben zu sein, jeder ist (meistens) glücklich und genießt es; es macht den langen Tag so viel einfacher. Auf dem Weg nach Hause habe ich immer Sorge um die Bilder, das macht nicht so viel Spaß. Obwohl ich während des Tages ein robustes Backup-System mit mir trage, kann ich mich niemals entspannen, bis die Bilder auf den Computer hochgeladen und dann noch mal extern gesichert sind.
Das Bildrechtsportal Copytrack hat täglich mit Leuten zu tun, denen nicht klar ist, dass sie einen Urheberrechtverstoß begangen haben. Wenn es um Hochzeitsfotografie geht, kann es leicht verwirrend sein, wer welches Recht hat. Wie gehst du als Hochzeitsfotograf mit dem Urheberrecht bzw. Nutzungsrecht um?
In meinen Verträgen ist alles klar definiert und ich weiß genau, wer welches Recht hat, aber ich weiß, dass die meisten Leute das nicht immer verstehen. Paare lieben es, ihre Bilder in sozialen Medien zu teilen, und wenn sie ihre Bilder teilen wollen, bin ich damit einverstanden, auch wenn sie mich nicht immer richtig informieren – ich hinterlasse oft einen Kommentar mit meinem Geschäftsprofil und schreibe dazu, wie sehr ich das Fotografieren an diesem Tag genossen habe. Ich habe noch nie einen Kunden gefunden, der mir einen Kredit auf einem Bild geschenkt hat, aber ich bekomme regelmäßig Empfehlungen von früheren Kunden und Anbietern. Wenn jedoch ein anderes Unternehmen ein Bild von mir nutzt, um davon zu profitieren, beispielsweise bei einer Werbung, bin ich viel weniger entspannt und reiche den Fall auch zur Rechtsverfolgung ein.
Um mehr über Kate Duckmanton‘s Hochzeitsfotografie zu erfahren, besuchen Sie ihre Webseite oder Instagram.
mary.eising@copytrack.com

Hansel-Mieth-Preis digital 18



Der Hansel-Mieth-Preis digital geht an laif-Fotografin Maria Feck für ihre Multimedia-Reportage „Der Biss der schwarzen Schlange“. Das Stück ist erschienen in Spiegel Weitwinkel und handelt vom Protest der Sioux-Indianer gegen die Standing Rock-Ölpipeline in North Dakota. Der Hansel-Mieth-Preis digital wird alljährlich von der Agentur Zeitenspiegel, zur Erinnerung an ihr Ehrenmitglied Hansel Mieth, für engagierte Reportagen in Wort und Bild vergeben. Er zeichnet Journalisten für herausragende Veröffentlichungen aus und wird für den kompletten Beitrag samt Text, Bildern, Filmen und/oder Audio vergeben.



Hendrik Schmidt gewinnt beim „Sportfoto des Jahres“ den ersten Preis in der Kategorie „Sport Allgemein: Feature/Impressionen/Emotionen“. Die Weitspringerin Luisa Bodem taucht am 19.02.2017 bei der Deutschen Leichtathletik-Meisterschaft in Leipzig in die Sandgrube ein.
© picture alliance/ dpa-Zentralbild/ Hendrik Schmidt

„Sportfoto des Jahres“

Seit 1963 veranstaltet der Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) den Foto-Wettbewerb. Neben dem kicker-sportmagazin engagieren sich Nikon, Volkswagen und der Deutsche Fußball-Bund als Partner.
Überzeugen konnte der Leipziger Fotograf die Jury mit seinem Bild „Sandbad“ in der Kategorie „Sport Allgemein: Feature/Impressionen/Emotionen“. Das Foto zeigt Luisa Bodem vom SC Preußen Münster am 19. Februar 2017 bei der Deutschen Leichtathletik-Meisterschaft in Leipzig. Bei ihrer Landung scheint die Weitspringerin in die Sandgrube einzutauchen. Wie bei einer Explosion entsteht eine bizarre Sandwolke und formt für den Bruchteil einer Sekunde eine eindrucksvolle, symmetrische Skulptur um die Athletin.
Bevor Hendrik Schmidt 2008 als freier Fotograf zu dpa-Zentralbild in Erfurt kam, war er zehn Jahre als freier Fotograf für verschiedene Tageszeitungen tätig. Seit 2015 ist er fester Fotograf für dpa-Zentralbild im Bildbüro Leipzig/ Halle. Besondere Höhepunkte seiner bisherigen Laufbahn waren die Olympischen Winterspiele in Vancouver und Sotschi, Nordische Ski-Weltmeisterschaften u.a. 2017 in Lahti und die Biathlon-WM 2016 in Oslo. Aktuell ist er für dpa bei den Olympischen Winterspielen in Südkorea im Einsatz.

Im Land der Staufer

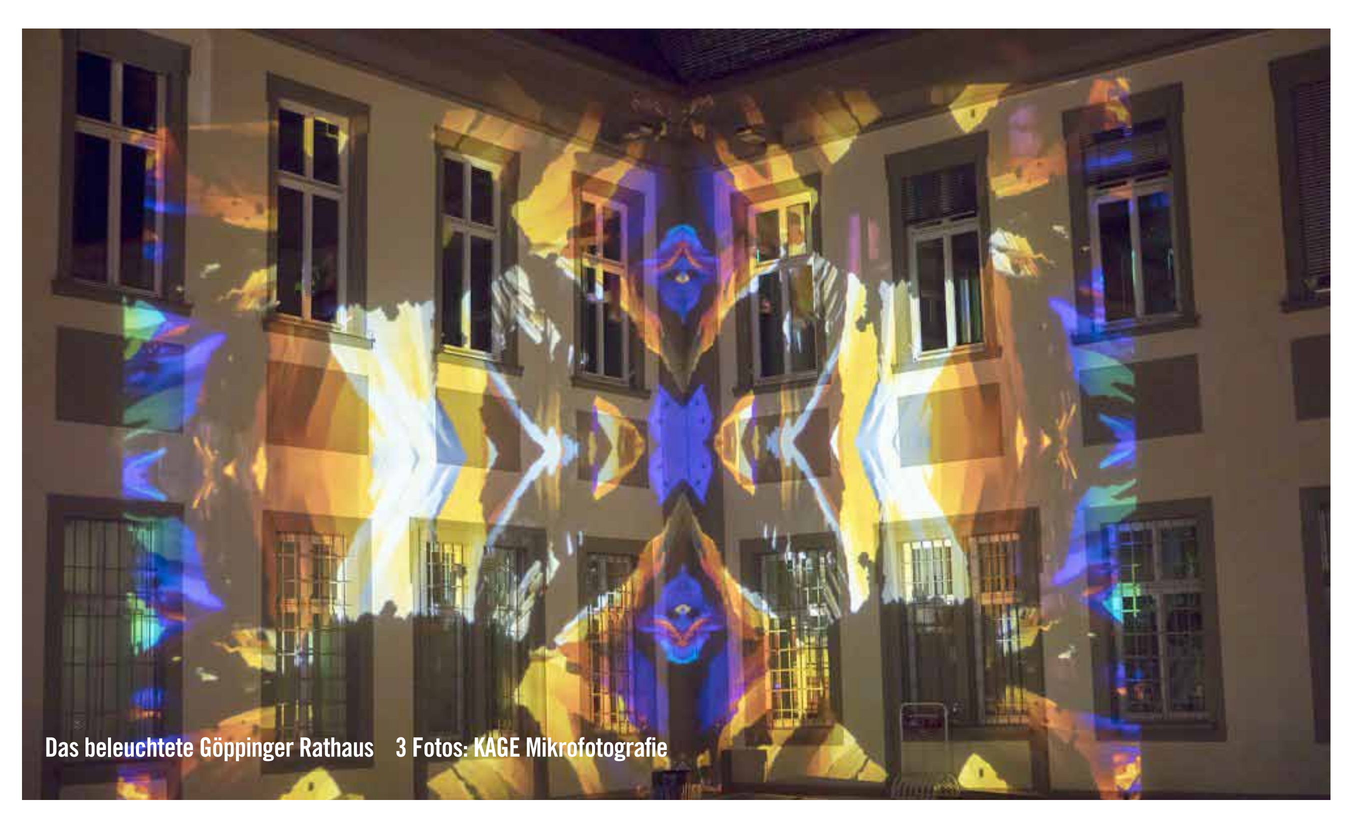
Im Herbst des Jahres 2017 wurde vom SWR in der Reihe „Expedition in die Heimat“ eine neue Folge mit dem Titel „Im Land der Staufer“ gedreht. Die Aufnahmen unter der Regie von Jo Müller sind ein visueller Genuss der besonderen Art.

Unter anderem wird auch die Arbeit der Familie Kage auf dem Gebiet der Mikrofotografie und auch eine ihrer künstlerischen Großprojektionen auf ihrem Schloss Weissenstein gezeigt.

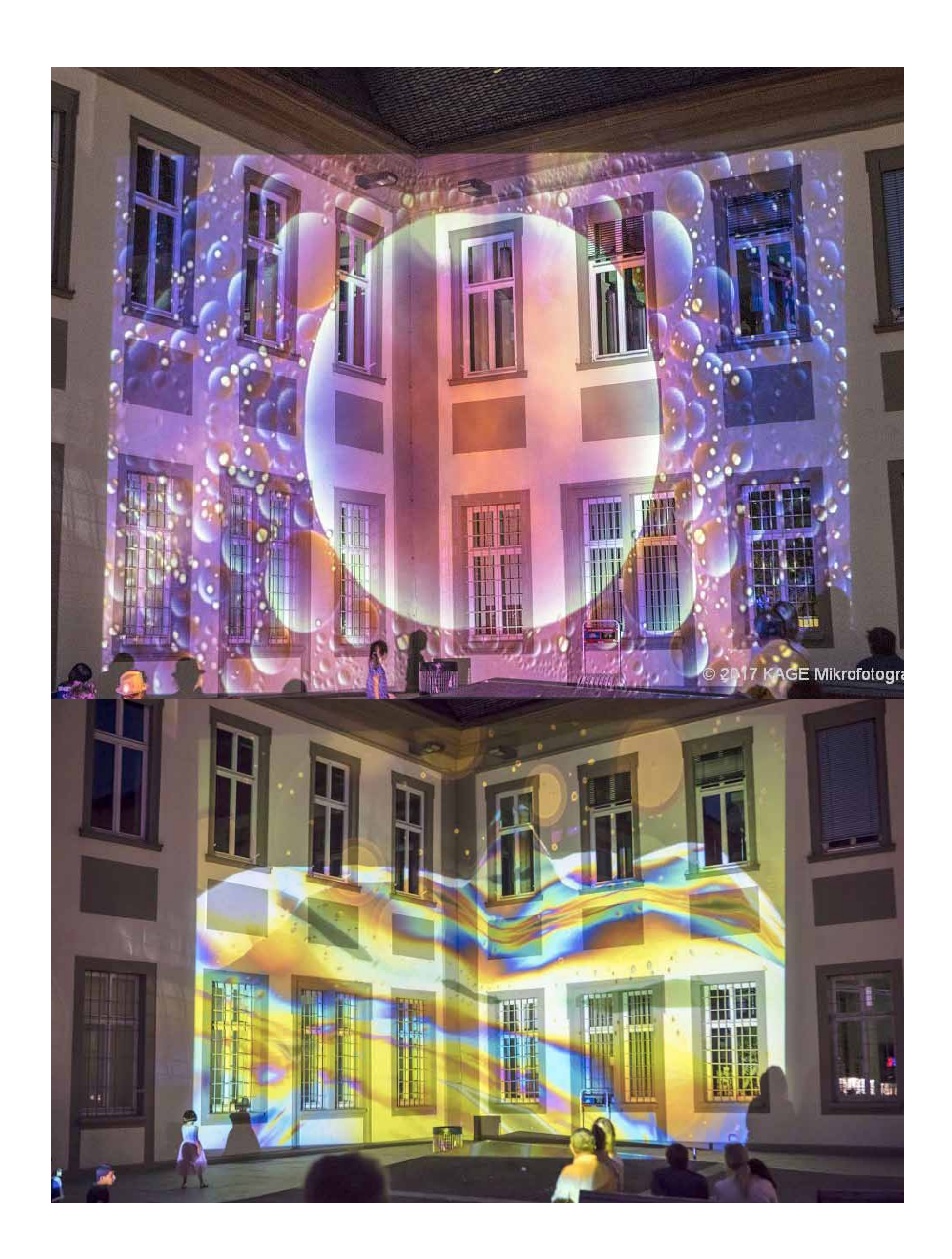
Manfred P. Kage gilt als einer der Pioniere der Videokunst weltweit. Er entwarf bereits 1961 sein Manifest „Zur Realisation des optischen Konzerts“. Intention Kages war es, Naturvorgänge im Mikrobereich wie beispielsweise gesteuertes Kristallwachstum, Flüssigkeitsschlieren und Emulsionen sowie Effekte durch Glasfaseroptiken durch einen von ihm entwickelten „Optischen Synthesizer“ in einer ästhetisch-künstlerischen Performance zu präsentieren. Dies realisierte Kage mit selbstgebauten einzigartigen Projektoren. National und international wurde sein „Optisches Konzert“ u.a. bei den Olympischen Spielen, der Ars Electronica, der Expo, der Biennale, mit der berühmten Künstlergruppe ZERO und Teile des Konzerts sogar im Moma in New York gezeigt.

Kages „Optisches Konzert“ wird heutzutage als moderne Umsetzung durch die Familie Kage live präsentiert. Historische analoge Effekte aus dem Mikrobereich werden mit neu erstellten HD- und 4K-Mikroaufnahmen und speziellen selbst gestalteten digitalen Effekten kombiniert. Auf diese Weise eröffnen sich den Betrachtern erstaunliche Erlebniswelten. Sie tauchen ab in die fantastischen Mikrowelten, die sonst im Verborgenen liegen. Gezeigt wurde das moderne Optische Konzert u.a. 2015 innerhalb der Performancenacht der Gruppe ZERO „Lange Nacht von ZERO“ mit Projektionen auf die Mond-Scheibe des ZERO-Künstlers Heinz Mack im Martin-Gropius-Bau, Berlin. 2015 wurden innerhalb der Ausstellung „Außenhaut und Innensicht“ des Kunstverein KISS (Kurator: Christian Gögger) im Schloss Untergröningen, Baden-Württemberg, die Schlossmauern mit einer Großprojektion der Familie Kage bestrahlt. 2017 folgte ein Multimediakonzert innerhalb der Kulturnacht Göppingen, bei der zu Livemusik der Experimentalmusiker „Metabolismus“ das Rathaus Göppingen bespielt wurde.

https://www.swr.de/expedition/im-land-der-staufer/-/id=9471640/did=21089270/nid=9471640/109ij9m/index.html



Das beleuchtete Göppinger Rathaus 3 Fotos: KAGE Mikrofotografie


© 2017 KAGE Mikrofotogra

Fürstenfelder Naturfototage

Wenn der Naturschutz und die Fotografie eine Symbiose eingehen, dann finden die Internationalen Fürstenfelder Naturfototage vor den Toren Münchens statt.

Jährlich treffen sich dort beim größten Natur-Foto-Festival in Europa über 12.000 natur- und fotointeressierte Gäste aus dem In- und Ausland, um Vorträge, Seminare und Foto-Workshops zu besuchen oder am kostenlosen Rahmenprogramm teilzunehmen.
Vom 10.-13. Mai 2018 heißt das Thema „Projekt Tier". Ob unter Wasser, an Land oder in der Luft werden verschiedene Projekte vorgestellt, die zum Schutz oder zur Wiederansiedlung bestimmter Tierarten von den Referenten durchgeführt werden.
Auch in diesem Jahr wird der Auftakt wieder am Donnerstag gemacht, wie schon seit vielen Jahren mit einem Konzert. Als ideale Einstimmung gibt es am Donnerstagabend „Composing Light: ein Konzert mit Bildern". Das international besetzte Ensemble des „Orchestra of Truth" führt Kompositionen auf, die speziell zu den Bildern geschrieben wurden. Die Besetzung mit Streichquintett, Bläsern, Flügel, Cello und Gitarre schafft spannende Klangflächen und treibende Rhythmen.
Nationale und internationale Referenten unternehmen auf der Großleinwand eine spektakuläre Foto-Safari durch eine wunderbare Tierwelt. Und doch ist diese Artenvielfalt durch verschiedenste Umwelteinflüsse oder durch politische Maßnahmen in ihrem Bestand bedroht. Die Referenten zeigen beeindruckende Bilder und erzählen faszinierende Geschichten. Von der Charakteristik des jeweiligen Lebewesens, aber auch von deren Gefährdung.
Noch nie war die fotografische Weiterbildung auf den Fürstenfelder Naturfototagen so umfangreich. Denn im Workshop-/Seminarprogramm gibt es neben acht Fotografie-Workshops sechs Seminare und acht kostenlose Kurz-Seminare. Die Dauerkarte (Donnerstag bis Sonntag) für 93 Euro und die Wochenendkarte (Samstag und Sonntag) für 75 Euro gibt es nur im Vorverkauf, wobei der „Brucker Schmankerl Abend" am Samstag im Preis enthalten ist. Die einzelnen Vorträge kosten im Vorverkauf zwischen fünf Euro und zwölf Euro. Die verschiedenen Seminare und teils mehrtägigen Workshops kosten im Vorverkauf zwischen 20 Euro und 220 Euro.
Die verschiedenen Märkte am Wochenende lassen den kostenlosen Programmteil zur großen Natur-Foto-Messe werden. Auf über 2.000 Quadratmeter stellen über 120 Aussteller ihre Produkte, Dienstleistungen und Aktivitäten im großen Natur-/Fotomarkt vor. Umweltschutzorganisationen und viele Tierschutzvereine bieten kompetente Informationen zu spezifischen Tierschutzprojekten.
Im Außenbereich sind die atemberaubenden Greifvogel-Flüge das ideale Fernglas- und Kameratestmotiv. Die Rettungshundestaffel Fürstenfeldbruck zeigt die Anforderungen an einen Rettungshund. Erstmals werden auch Fotowalks angeboten. Die Kamera-Servicestation mit Check&Clean bietet einen zusätzlichen Service.

Termin: 10.-13. Mai 2018
Ort: Veranstaltungsforum Fürstenfeld, Zisterzienserweg, 82256 Fürstenfeldbruck
Online-Kartenvorverkauf unter www.glanzlichter.com/kartenshop.cfm
Weitere Informationen sind im Internet unter www.glanzlichter.com/fuerstenfeld.cfm erhältlich oder per Post unter projekt natur & fotografie, Schulstraße 7, 56729 Monreal bzw. Tel.: 02651-6764.

Kölner vergeben Stipendium

Die Internationale Photoszene Köln vergibt erstmals gemeinsam mit der Fotoakademie-Koeln ein Stipendium für ein zweieinhalbjähriges Studium im Gesamtwert von rund 7.000 Euro.

Das stark praxisorientierte Studium beinhaltet unter anderem Materialkunde, Bildgestaltung, Lichtsetzung, Studiotechnik, digitale Bildbearbeitung, Geschichte und Semantik der Fotografie, Kreativitätstechniken, Fotorecht und natürlich eine intensive Auseinandersetzung mit den fotografischen Genres. Das Studium dauert insgesamt fünf Semester (vier reguläre und ein Diplom-Semester) und findet einmal wöchentlich mittwochs oder sonntags statt. Pro Semester müssen die Studenten zehn bis zwölf Aufträge und Fotoserien fotografieren.
Die Bewerbungen für das Stipendium müssen bis zum 4. Mai 2018 (Poststempel) bei der Fotoakademie-Koeln (Im Mediapark 8a, 50670 Köln) eingegangen sein. Unter allen Bewerbern werden am 10. Mai 2018 fünf Kandidaten zu einem persönlichen Gespräch in die Fotoakademie-Koeln eingeladen, danach entscheidet eine Jury (bestehend aus Frank Dürrach, Oliver Rausch und Damian Zimmermann) über die Vergabe des Stipendiums.
Wer sich um einen regulären Studienplatz ohne Stipendium an der Fotoakademie-Koeln bewerben will, hat bis zum 1. Juni 2018 Zeit. Die Ausbildung beginnt mit dem Wintersemester 2018/19 am 2. September 2018. Mehr Informationen zum Stipendium, zur Bewerbung und zum Studium finden Sie auf der Website der Fotoakademie-Koeln.

Festival

Das Photoszene-Festival findet erneut 2018 parallel zur internationalen Fotofachmesse photokina im September in Köln statt. Die Photoszene freut sich auf viele hochkarätige Fotografieausstellungen u.a. im Museum Ludwig, in der Photographischen Sammlung / SK Stiftung Kultur, im Forum für Fotografie, in der Galerie Parrotta Contemporary Art, in den Kunsträumen der Michael Horbach Stiftung, im CityPavillon an der Antoniterkirche, in der Christuskirche, in der Kartäuserkirche und in zahlreichen weiteren Galerien und Kunsträumen der Stadt, sowie eine spannende Festivalwoche mit Vorträgen, Workshops, Artist Talks, der legendären Photographer’s Night, dem Portfolio Review SICHTBAR, Photoszene KIDS und der Jungen Photoszene. Im Museum für Angewandte Kunst Köln zelebrieren wir erneut das Fotobuch: Die diesjährigen Gäste sind der Dummy Award und der renommierte Photobook Award aus Kassel!
Seit dem 1. März 2018 können sich alle Interessenten mit ihren Ausstellungen online über die Website der Photoszene anmelden. Alle Termine und Details unter:
www.photoszene.de

Zukunft der Fotografie

Zum Photoszene-Festival wird die vierte Ausgabe des Magazins L. Fritz erscheinen. Das Schwerpunktthema von L. Fritz #4 wird „Die Zukunft der Fotografie“ sein. Ausgehend vom rasanten Wandel, den das Medium in den letzten zwei Jahrzehnten durchlebt hat, fragt L. Fritz nach den Gründen und den genauen Auswirkungen und wagt dabei einen Blick nach vorne. In Interviews, Essays und Berichten werden Vertreter der photokina und des Photoindustrie-Verbandes, Künstler, Galeristen und Medienleute zu Wort kommen. Dabei stehen Aussagen teilweise sehr konträr zueinander. Anhand von Portfolios wird L. Fritz dem auf die Spur gehen und die Ausstellungen des Festivals miteinbeziehen.

7. Triennale der Photographie

Dieses Jahr veranstaltet der Freundeskreis des Hauses der Photographie zusammen mit der 7. Triennale der Photographie Hamburg eine Portfoliosichtung der anderen Art: das PortfolioMatch.

Das neue Format einer zweitägigen Portfoliosichtung ermöglicht durch seinen Workshopcharakter intensiveren Austausch auf Augenhöhe und bietet Potential zur Ideenentwicklung. 25 Sichterinnen und Sichter aus aller Welt reisen am 7. und 8. Juni nach Hamburg, um interessierte Fotografen zu beraten.
Bei der Portfolio Review erhalten Fotografen die einmalige Gelegenheit, sich von internationalen Fachleuten aus verschiedenen Bereichen der Fotografie ausführlich beraten zu lassen. Das neue Konzept der Portfoliosichtung sieht vor, dass sowohl die teilnehmenden Fotografen als auch die international renommierten Experten am ersten der zwei Sichtungstage ihre Arbeit in Kurzvorträgen präsentieren. Anschließend finden alle Teilnehmer während eines Portfolio Walks ihre Gesprächspartner nach eigenem Interesse und vereinbaren Beratungstermine für den nächsten Tag.
Die angesehenen Bildredakteure, Ausstellungskuratoren und Fotografie-Dozenten beraten die Teilnehmer in vier Einzelgesprächen à 30 Minuten zu den Arbeiten und geben wertvolle Tipps rund um das Thema Mappenpräsentation, Positionierung der Arbeiten und Netzwerkbildung. Größen der Branche wie Peggy Sue Amison von Eastwing Dubai oder Lars Boering, Direktor von World Press Photo, werden zusammen mit vielen weiteren hoch etablierten Fachleuten aus aller Welt anzutreffen sein (Sprache: englisch). Anschließend gibt es ein Get-together, bei dem jeder noch einmal die Möglichkeit hat, Gespräche mit Teilnehmern zu suchen, mit denen es zuvor nicht „gematched“ hat.
Bewerben können sich alle angehenden und professionellen Fotografen jeden Alters. Einzureichen ist der ausgefüllte Bewerbungsbogen, eine kurze Biografie und ein Ausschnitt des Portfolios. Dieses beinhaltet zehn bis 20 Fotografien und eine Beschreibung der Portfolioinhalte von maximal 500 Zeichen.
Den Bewerbungsbogen mit allen weiteren Informationen gibt es als PDF zum Herunterladen unter:
www.freundeskreisphotographie.de/termine/portfoliomatch-2018/
Die Bewerbung ist bis zum 15. April einzureichen:
portfolio@freundeskreisphotographie.de

100 Workshops

Zum Umweltfotofestival „horizonte zingst“ bietet die Fotoschule Zingst über 100 Workshops mit internationalen Referenten. Von den Besten lernen: Heinz Teufel, Steve Thornton, Uwe Ommer, Guido Karp, Francois Delebeque, Felix Rachor, Dirk Bleyer sind nur einige Namen, die begeistern.
Die Vielfalt der Themen reicht von Naturfotografie über Schwarzweiß-Fotografie bis hin zu Akt- oder Porträtfotografie und bildet die sinnvolle Ergänzung zum Spektrum des Festivals. Zingst bietet das Komplettpaket: Im Workshop-Programm der Fotoschule Zingst agieren die Fotografen der Ausstellungen und Multivisionsshows als Referenten. Zum Umweltfotofestival bietet sich die einmalige Möglichkeit, erstklassige, internationale Fotografen als Referenten der Fotoschule Zingst live zu erleben.
Das Workshop-Programm ist so aufgebaut, dass eine große Bandbreite von Informationen auf unterschiedlichstem Niveau geboten wird. Für Einsteiger gibt es in der Rubrik „Basic“ die passenden Lehrinhalte. Die ambitionierten Fotografen finden im Bereich „Special“ eine Vielzahl von anwenderorientierten Workshops und die Spitze des Repertoires der Fotoschule Zingst stellen die Master-Lehrgänge dar. Zusätzlich sind die Referenten in den beliebten Foto-Podien und Vorträgen zu erleben. Die Workshops sind auf der Internetseite des Festivals buchbar:
www.horizonte-zingst.de, 26.05. - 03.06.2018

Gute Aussichten

Deutschlands bedeutendster Wettbewerb für Absolventen im Bereich Fotografie, „gute aussichten – junge deutsche fotografie“, ist vom 15. Februar bis 21. Mai 2018 wieder zu Gast im Haus der Photographie der Deichtorhallen. Aus 94 Einsendungen von 35 Institutionen kürte die Jury acht Preisträger.

Allen gemeinsam ist, dass der Schlüssel zu ihren Bildräumen einzig in unserer Imagination liegt. Also jenseits einer vermeintlichen Realität, dort, wo wir unsere Sinne öffnen für das, was wir nicht kennen und nicht wissen. Der Weg dorthin führt uns, um es mit den schönen Worten der amerikanischen Schriftstellerin Donna Tartt zu sagen, „an den Rand des Regenbogens“.
Eine Japanerin, die in Deutschland lebt, (re-)konstruiert japanische und deutsche Familiengeschichten; ein Bildersammler und -sichter, dessen Familie ursprünglich aus Holland stammt, deklariert die Fotografie zu einem Mitglied seiner Familie; ein in Deutschland geborener Sohn portugiesischer Eltern beleuchtet Portugal, indem er seinen Kindheitserinnerungen „vom Rücksitz“ aus folgt. Ein Fotograf, gebürtig in der deutschen Provinz, begibt sich auf die Spur der Zukunft; eine in Usbekistan geborene, seit ihrem 20sten Lebensjahr in Deutschland beheimatete Bildfinderin setzt Deutsche mit Migrationshintergrund in Szene, die im Auge der Betrachter nicht „Deutsch“ sind. Eine Alchimistin der „dunklen Kammer“ öffnet die Tür zu der magischen Welt eines alltäglichen Gegenstandes; ein junger Mann sucht Bilder für das Unaussprechliche; eine junge Frau führt uns die Konstruktion unserer Wirklichkeiten beinahe schmerzhaft vor Augen.
PreisträgerInnen:

- Stephan Bögel (Ostkreuzschule Berlin)
- Janosch Boerckel (Fachhochschule Bielefeld)
- Alba Frenzel (Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig)
- Laura Giesdorf (Berliner Technische Kunsthochschule)
- Ricardo Nunes (Hochschule für Künste Bremen)
- Alexandra Polina (Fachhochschule Bielefeld)
- Julian Slagman (Neue Schule für Fotografie Berlin)
- Rie Yamada (Kunsthochschule Berlin-Weißensee)

Parallel wird im Haus der Photographie seit dem 26. Januar 2018 die Jubiläumsausstellung „gute aussichten – DELUXE“ gezeigt, in der 25 Künstlerinnen und Künstler aus den bisherigen Durchgängen des jährlich stattfindenden Wettbewerbs vertreten sind.

Katalog: Zu gute aussichten – junge deutsche fotografie // new german photography 2017/2018 ist der gleichnamige Katalog (Deutsch/Englisch) erschienen. 224 Seiten, über 370 Abbildungen, Readerformat 16,5 cm x 24 cm, broschiert, 20 Euro, ISBN 978-3-981935-50-9. Öffnungszeiten bis 21. Mai 2018: Di-So 11-18 Uhr. Jeden 1. Do im Monat 11-21 Uhr. Deichtorhallen Hamburg/Haus der Photographie, Deichtorstr. 1-2, 20095 Hamburg, Tel. 040- 32 10 30, mail@deichtorhallen.de, www.deichtorhallen.de

Sven-Simon-Preis an Thonfeld

Der diesjährige Sven-Simon-Preis für das beste „Sportfoto des Jahres“ geht an den Potsdamer Fotografen Eberhard Thonfeld (Camera 4). Sein Siegerfoto „Gegen den Strom“ zeigt den Cottbuser Schwimmer Christian Diener hochkonzentriert beim Training in einer Gegenstromanlage.
Eberhard Thonfeld ist der erste Fotograf, der nach 2011 bereits zum zweiten Mal mit diesem Preis ausgezeichnet wird, der für ihn persönlich „etwas ganz Besonderes“ ist.
Der Sven-Simon-Preis wird jährlich von der WELT AM SONNTAG in Gedenken an den 1980 verstorbenen Sohn des Verlegers Axel Springer, Axel Springer jr., vergeben, der unter dem Pseudonym Sven Simon selbst erfolgreich als Fotograf und Journalist tätig war. Der Jury unter der Leitung von Axel Sven Springer, dem Sohn von Axel Springer jr., gehören bekannte Sportler an, die gemeinsam das beste Sportfoto des Jahres küren.

Ausstellung verlängert

Das LVR-LandesMuseum Bonn verlängert die erfolgreiche Sonderausstellung „Im Meer versunken. Sizilien und die Unterwasserarchäologie“ bis zum 24. Juni 2018.
Präsentiert werden mehr als 150 Objekte, die in den letzten Jahren aus dem Meer rund um Sizilien geborgen wurden. Die meisten Funde sind erstmals außerhalb Italiens zu sehen. Sie erzählen – unterstützt von zahlreichen multimedialen Angeboten – spannende Geschichten von der Begegnung der antiken Kulturen, der Phönizier, Griechen, Römer, Araber oder Normannen.
Das Mittelmeer und vor allem Sizilien steht auch im Fokus der zweiten aktuellen Ausstellung des LVR-Landesmuseums Bonn „Konrad Helbig. Am Mittelmeer“: Der Fotograf Konrad Helbig hat bei seinen fotografischen Erkundigungen zwischen 1954 und 1984 die mediterrane Welt in mehr als 160.000 Fotos dokumentiert. Die Ausstellung „Am Mittelmeer“ präsentiert bis zum 10. Juni seine 100 schönsten Aufnahmen und ergänzt so in idealer Weise den archäologischen Blick auf die großen Kulturen des Mittelmeers um eine zeitgenössische Perspektive.

Fotowettbewerb auf Instagram

National Geographic sucht gemeinsam mit dem Partner Olympus den „Fotograf des Jahres 2018“. Der Wettbewerb steht in diesem Jahr unter dem Motto „Natur und Wildnis“. Bis zum 13. Juli 2018 können Teilnehmer ihre Fotos mit dem Hashtag #fotografdesjahres2018 auf Instagram posten. Eine Jury aus Vertretern von National Geographic und Olympus sowie des Fotografenverbands Freelens e. V. wählt die besten Bilder aus.
Der Gewinner erhält einen exklusiven Fotoworkshop mit der National Geographic-Fotografin Ulla Lohmann, außerdem die Ausrüstung Olympus OM-D E-M1 Mark II mit dem Objektiv M.Zuiko Digital ED 12–40mm 1:2.8 PRO im Wert von 2.599 Euro. Die Plätze zwei und drei erhalten ebenfalls eine Olympus-Ausrüstung.
National Geographic zeigt alle Siegerfotos in der Oktober-Ausgabe, die am 21.09.2018 erscheint. Ausgerichtet wird der National Geographic-Fotowettbewerb in Kooperation mit Olympus, einem der weltweit führenden Hersteller von optischen und digitalen Produkten in den Bereichen Medizintechnik und Fotografie.
Teilnahmebedingungen und weitere Informationen:
fotografdesjahres.nationalgeographic.de

Award verlängert

Der Veranstalter des E1 I R1 Photo Award für Profifotografen, das Kompetenzzentrum Wandern WALK in Detmold, verlängert die Einreichungsfrist für den Fotowettbewerb bis zum 15. Mai 2018. Der international ausgeschriebene Wettbewerb mit einem Gesamtpreisgeld im Wert von ca. 30.000 € richtet sich an professionelle Fotografen, die entlang des Europäischen Fernwanderwegs E1 (vom Nordkap bis Sizilien) und des Europäischen Fernradwegs R1 (Frankreich bis Russland) fotografiert haben. Dabei müssen Konzept-Serien von mindestens drei Motiven bis maximal vier Motiven in einer von vier Kategorien eingereicht werden.
www.e1r1-photoaward.eu/profi-award/teilnahmebedingungen-profi-award

Who is Who

Vom 8. Juni bis zum 30. September reist Europas größtes Fotofestival mit 35 Einzelausstellungen und 2000 Fotos von La Gacilly, Frankreich nach Baden, Österreich. Unter dem Motto „I love Africa“ beschreibt eine einzigartige Auswahl von Fotografien diesen faszinierenden Kontinent. Das Who is Who der Fotografie zeigt sein künstlerisches Spitzenprogramm und hinterfragt in den ausgestellten Bildern die künstlerische wie auch journalistische Dimension der Fotografie. Den Besucher erwartet ein Festival ausschließlich unter freiem Himmel, mit Open-Air-Galerien und Fotografien auf bis zu 70 m^2 großen Leinwänden. Die Plätze, Gässchen und Gärten von Baden verwandeln sich in ein regelrechtes „Bilderdorf“, bei Tag und Nacht und freiem Eintritt.

9. bpp Convention

In der Zeit vom 10. bis 12. März fand im Kölner Marriott Hotel die 9. bpp Covention statt.
Über 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer nahmen an diesem Event teil. Neben den Fotografen des bpp konnte man auch wieder zahlreiche Kolleginnen und Kollegen der Partnerorganisationen aus der Schweiz und den Niederlanden begrüßen, über deren Besuch der bpp hocherfreut war.
Es waren in diesem Jahr außerdem 15 Industriefirmen mit informativen und interessanten Angeboten vor Ort. Diese Fachausstellung war entsprechend gut besucht.
Es wurde drei Tage lang konzentriert gearbeitet, zugehört, diskutiert und sich fachlich informiert, aber genauso intensiv wurden Kontakte gepflegt und auch gelacht und gefeiert, denn die Convention ist auch immer wieder ein Ort des Wiedersehens und des Teilens.
Besonders spannend wurde es in diesem Jahr wieder, als fünf Fotografen aus Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden live vor Publikum gegeneinander antraten. 55 Minuten hatten die Kandidaten Zeit, um ihr Live-Shooting zum diesjährigen Life Portrait Contest (LPC) Thema „Schauspielkunst am Theater" nebst anschließender Bildauswahl und Nachbearbeitung zu einem fertigen Endergebnis umzusetzen.
Der deutsche Schauspieler Thomas Maximilian Held war das LPC Model 2018. Der charmante 45-jährige Schauspieler ist dem deutschen Publikum seit zwanzig Jahren ein bekanntes Gesicht. Zu erstellen war eine Serie aus fünf Aufnahmen, die als moderne Sed Card gestaltet werden sollte. Darauf war der Schauspieler in seinem Element als Bühnenschauspieler und Charakterkopf am Theater abzubilden.
Die Rollen, in die Thomas Held schlüpfen durfte, hat er mit Leidenschaft ausgefüllt. Sein charismatisches Schauspiel hat die Zuschauer sowohl amüsiert als auch fasziniert. In jeder Hinsicht war dieser LPC, dank der hingebungsvollen Leistung des Schauspielers und wegen der gekonnten Tricks der Maskenbildnerin Sabine Lanzinger ein voller Erfolg. Die LPC Jury, unter dem Vorsitz von Pim van der Maaden (NL), war sich am Ende einig: ein hochkarätiger, absolut sehenswerter Contest mit tollen Performances von allen Beteiligten.
LPC Gewinnerin 2018 wurde die Schweizer Kandidatin Caroline Staeger-Oettli. Ihre Sed Card überzeugte die Jury am meisten und hat am Ende die höchste Punktzahl erreicht.

4. Cepic Awards

Zum vierten Mal schreibt CEPIC die CEPIC Stock Photography Awards aus, die in diesem Jahr durch Photocrowd durchgeführt werden. Der Wettbewerb ist offen und kostenlos für alle Fotografen weltweit. Die Preissumme beträgt insgesamt 5000 Euro und wird für die besten Bilder in den folgenden Kategorien vergeben:

- Natürliche Umwelt
- Die Welt bereisen
- Menschen
- Wildtiere
- Konzepte

Der Hauptpreisträger erhält den Titel „CEPIC Stock Photographer of the Year" und 2000 Euro.
Das Siegerbild wird auf dem CEPIC Kongress in Berlin (30. Mai bis 1. Juni 2018) präsentiert und erhält internationale Beachtung durch die Vorstellung auf der CEPIC-Website (cepic.org) und photocrowd.com sowie durch weltweite Medienberichterstattung.
Weitere Preisgelder: zweiter Preis 1500 Euro, dritter Preis 500 Euro. Das beste Bild jeder Kategorie wird mit 300 Euro und einer Medaille prämiert.
Eine internationale Jury wird eine Vorauswahl von mindestens 80 Bildern treffen, die vor der Welcome Reception des CEPIC-Kongresses bekannt gegeben werden. Die Kategoriesieger und der „CEPIC Stock Photographer of the Year" werden bei der Preisverleihung am 31. Mai im Rahmen der Annual Party des CEPIC-Kongresses 2018 in Berlin vorgestellt.
Der Zweck der „CEPIC Stock Photography Awards" ist es, die traditionelle Stockfotografie zu unterstützen und das Recht der Fotografen auf eine gerechte Vergütung ihrer Arbeit zu verteidigen.
Einsendeschluss ist der 26. April 2018.
Weitere Informationen zum Wettbewerb unter:
www.photocrowd.com/cepic

GRAUSTUFEN



Leben in der DDR in Fotografien und Texten. Jürgen Hohmuth hat in den 1980er Jahren als „fotografischer Stadtethnologe" mit poetischem Blick das DDR-Alltagsleben festgehalten. Die Bilder zeigen eine Kultur, die sich den DDR-Fremden oder Spätgeborenen heute nur noch schwer erschließt. Diejenigen, die dabei waren, haben die in den Bildern verborgenen Momente ähnlich erlebt. Bekannte und unbekannte Autoren lassen sich von den Fotos inspirieren und halten ihre Erinnerungen an das Leben im verschwundenen Land fest. So entsteht in Wechselwirkung mit den Bildern eine Poesie des DDR-Alltags – nicht dramatisierend, nicht nostalgisch, sondern authentisch, so wie es eben war.

GRAUSTUFEN
LEBEN IN DER DDR IN FOTOGRAFIEN UND TEXTEN
Jürgen Hohmuth (Hrsg.)
144 Seiten mit 70 Abbildungen
Hardcover
ISBN 978-3-86228-168-8
Preis: EUR 29,95

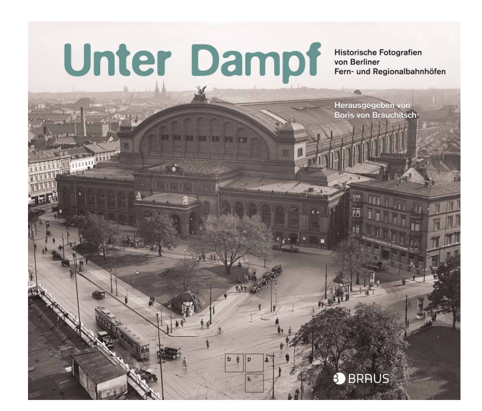
STADT MITTE BERLIN



Dieter Kramer dokumentiert den Wandel der Berliner Stadtmitte. Er stellt dabei seinen frühen Aufnahmen der 1970er Jahre eine Reihe historischer Abbildungen voran und gegenüber und konfrontiert diese mit den aktuellen Zuständen der interessantesten Orte in der Stadtmitte.
Mit über 1.000 Abbildungen und kenntnisreichen Kurztexten zur Berliner Stadtgeschichte spannt der Autor einen Bogen vom 18. Jahrhundert bis heute. Besonders eindrucksvoll sind die Gegenüberstellungen von großformatigen Panoramafotos, die vor und direkt nach der Maueröffnung entstanden, mit Bildern des heutigen Stadtbildes. Die schier unglaubliche Materialfülle bietet Alt- und Neu-Berlinern viel zu entdecken.

STADT MITTE BERLIN
EINE ZEITREISE VOM HALLESCHEN TOR BIS ZUM SPREEBOGEN
Dieter Kraemer
240 SEITEN ÜBER 1000 ABBILDUNGEN
Hardcover
ISBN 978-3-86228-142-8
Preis: EUR 29,95

UNTER DAMPF



Der Weg Berlins zur Weltstadt und von der Weltstadt zum urbanen Provisorium lässt sich nirgendwo besser ablesen als an der Geschichte seiner Bahnhöfe. Als ab September 1838 schrittweise die ersten Bahnstrecken in Betrieb genommen wurden, waren die Bahnhofsgebäude noch bescheiden pragmatisch, nahmen aber bald schon repräsentative Funktionen ein. Sie verkörperten, gleichsam modernen Stadttoren, den Fortschritt der Technik und die Freiheit des Reisens. Es gab keinen Gesamtberliner Bahnhof, vielmehr stand für die Reise in jede Himmelsrichtung mindestens ein Bahnhof zur Verfügung. Von der Pracht der vielen Berliner Bahnhofsbauten ist heute nicht viel erhalten. Dieser Bildband erzählt anhand historischer Fotografien die Geschichte der Berliner Fern- und Regionalbahnhöfe – und damit ein Stück Stadtgeschichte.

UNTER DAMPF
HISTORISCHE FOTOGRAFIEN VON BERLINER REGIONAL- UND FERNBAHNHÖFEN
Boris von Brauchitsch (Hrsg)
128 Seiten etwa 100 Abbildungen
Hardcover
ISBN 978-3-86228-175-6
Preis: EUR 29,95

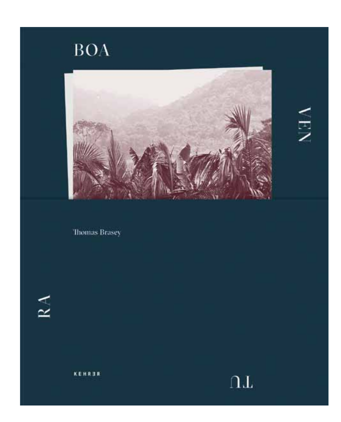
DER SCHATTEN DES FÜHRERS



Über seinen Sportskameraden Albert Speer lernte der Fotograf Walter Frentz die Regisseurin Leni Riefenstahl kennen, wurde ihr wichtigster Kameramann und fand sich bald im engsten Umfeld Adolf Hitlers wieder. Offiziell zuständig für Filmdokumentationen aus dem Führerhauptquartier, entstanden parallel Fotos, die nicht für die Veröffentlichung bestimmt waren. Drei Kapitel ragen aus seinem atemberaubenden Archiv besonders heraus: Die Bilder für seinen Film „Hände am Werk“, noch entstanden unter dem Eindruck der Neuen Sachlichkeit, die rund tausend Köpfe umfassende Galerie der Nazi-Täter, die er in einem improvisierten Studio im Führerhauptquartier aufnahm, und die fast vedutenhaft romantischen Panoramen zerstörter deutscher Städte. Der Bildband wirft außergewöhnliche Schlaglichter auf die Mentalität der führenden Nationalsozialisten, den Umgang mit dem Krieg und ihren wachsenden Realitätsverlust.

DER SCHATTEN DES FÜHRERS
DER FOTOGRAF WALTER FRENTZ ZWISCHEN AVANTGARDE UND OBERSALZBERG
Boris von Brauchitsch (HRSG)
176 Seiten mit 180 Abbildungen
Hardcover
ISBN 978-3-86228-158-9
Preis: EUR 32,00

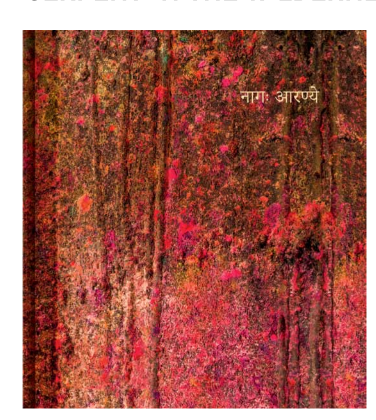
BOAVENTURA



1819 emigrierten etwa 2.000 Schweizer Bürger nach Brasilien, angetrieben von Hungersnot und ökonomischer Krise in ihrer Heimat. Nach einer Reise voller todbringender Gefahren gründeten sie die Siedlung Nova Friburgo in den Bergen nahe Rio de Janeiro. Als sich herausstellte, dass das Land kaum genug hergab, um sie alle zu ernähren, brach die Gemeinschaft der Siedler auseinander. Einige kehrten nach Rio zurück, wo sie in Armut und in kriminellen Verhältnissen lebten. Andere wandten sich nach Norden, wo ihnen Kaffeepflanzungen einträgliche Geschäfte brachten – nicht zuletzt dank Sklavenarbeit. In seiner Betrachtung dokumentiert Thomas Brasey die heutige Stadt Nova Friburga und erinnert auf sehr persönliche Weise an die Abenteuer der Schweizer Siedler.
Im Jahr 1996 initiierte das Amt für Kultur des Kantons Freiburg die „Fotografische Ermittlung: Thema Freiburg" („Enquête photographique fribourgeoise"): Auf Wettbewerbsbasis beauftragt das Amt regelmäßig einen Fotografen, ein Freiburger Thema fotografisch zu dokumentieren. 2016 wurde dieses Projekt Thomas Brasey anvertraut.

BOAVENTURA
Thomas Brasey
136 Seiten mit 42 Farb- und 22 S/W-Abbildungen
Festeinband mit Schutzumschlag
Deutsch, Englisch, Französisch und Portugiesisch
ISBN 978-3-86828-803-2
Preis: EUR 44,00

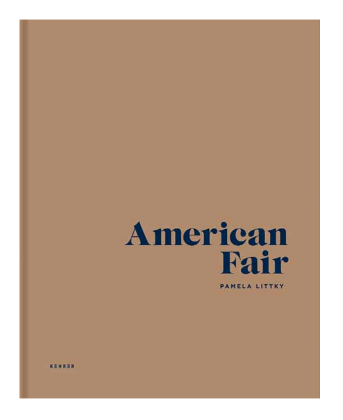
SERPENT IN THE WILDERNESS



Yoga ist eine uralte indische Wissenschaft, tief verwurzelt in hinduistischer Mythologie. Mittlerweile hat es eine globale Popularität erreicht, die ständig wächst. Yoga geht über die rein körperliche Praxis hinaus und zielt auf das gesamte Sein des Menschen ab. Es fördert Ausgeglichenheit des Geistes, einen gesunden Körper und ein mitfühlendes Herz. Serpent in the Wilderness erforscht Yoga und seine zahlreichen Ausprägungen durch die Linse des amerikanischen Fotografen Andy Richter. Nachdem er selbst lange Yoga praktiziert hatte, war es ihm ein Anliegen, der Essenz des Yoga mittels des Mediums Fotografie auf den Grund zu gehen. Jahrelang reiste er um den Globus, um historisch relevante Orte zu zeigen, aber auch solche, die eine lebendige Gegenwart des Yoga verkörpern. So spannt er den Bogen von indischen Ashrams zu amerikanischen Wohnzimmern und zeigt eine Vielfalt yogischer Traditionen sowie einige weltweit bekannte und verehrte Yogis.

SERPENT IN THE WILDERNESS
Andy Richter
104 Seiten mit 55 Farbabbildungen
Festeinband
ISBN 978-3-86828-845-2
Preis: EUR 35,00

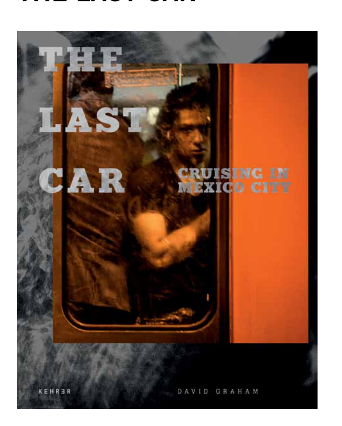
AMERICAN FAIR



Amerikanische Jahrmärkte sind in ihrem Wesen über die letzten 100 Jahre weitgehend unverändert geblieben. Während sich das soziale und kulturelle Gefüge der USA beträchtlich weiterentwickelt hat, ziehen die Jahrmärkte unvermindert Besucher aus weit entfernten Landstrichen des amerikanischen Kernlands an. Sie bieten den verstreut lebenden Bewohnern bestimmter Landkreise oder Staaten einen Ort, an dem sie ihre Gemeinschaft leben und die nostalgischsten Ideale Amerikas feiern können. Pamela Littky ist Tausende von Meilen durchs Land gereist, um diese Veranstaltungen einzufangen, die für viele Gemeinden wichtige jahreszeitliche Höhepunkte sind. Idyllische Bilder von Farmern und Rodeo-Zuschauern stehen neben Porträts und Ansichten, die Untertöne von Beklemmung und Unsicherheit tragen; alternde Gesichter, die schon viele Jahrmärkte gesehen haben, neben jungen, die unter ihren Teenager-Posen Entschlossenheit oder Unschuld ausstrahlen. Die Fotografin hat eine atemberaubende Sammlung von Bildern zusammengetragen, in denen wehmütige Betrachtungen der Vergangenheit auf die schwierige Wirklichkeit des amerikanischen Lebens im 21. Jahrhundert treffen. Littkys Werke sind in zahlreichen privaten Sammlungen vertreten und wurden in internationalen Ausstellungen gezeigt.

AMERICAN FAIR
Pamela Littky
160 Seiten mit 93 Farb- und 11 SW-Abbildungen
Festeinband
ISBN 978-3-86828-820-9
Preis: EUR 39,90

THE LAST CAR



Auf den Spuren des modernen Mythos, dass die Schwulenszene das weitflächige U-Bahn-Netz von Mexico City für romantische Abenteuer nutzt, stieg der New Yorker Fotograf David Graham mit der Kamera tief in den Bauch des mexikanischen Molochs hinab. Ohne zu wissen, ob das Gerücht vom »letzten Wagen« überhaupt stimmt, stellte Graham fest, dass dieser Mythos nicht nur der Wahrheit entsprach, sondern seine Vorstellungen noch weit übertraf: Viele Stockwerke unter den hektischen Straßen der Stadt blüht bei Nacht das wilde Leben im Labyrinth der U-Bahn-Schächte, nicht nur in den Stationen mit ihrer abwechslungsreichen Architektur, sondern auch im letzten Wagen. Im Gegensatz zum heutigen Trend, Kontakte elektronisch zu pflegen, wird Intimität zwischen Männern in der mexikanischen Hauptstadt offen zur Schau getragen. Der Fotograf ließ sich bei seiner Erforschung der lärmenden Schwulenviertel der Innenstadt von dieser Körperlichkeit leiten. Seine fotografische Reise führten ihn durch die Eingeweide des städtischen U-Bahn-Netzes, hinein in überfüllte, im bunten LED-Licht pulsierende Clubs und dann weiter auf die Straßen, auf denen die Nachtschwärmer den Heimweg antreten.

THE LAST CAR
CRUISING IN MEXICO CITY
David Graham
128 Seiten mit 102 Farbabbildungen
Festeinband
ISBN 978-3-86828-820-9
Preis: EUR 39,90

Abmahnung von Instagram AGBs

Wie „der Tagesspiegel“ am 15. Oktober 2017 bekannt gab, haben Verbraucherschützer in Deutschland 18 unfaire Bedingungen in den AGBs von Instagram abgemahnt.

Überraschenderweise hat Instagram daraufhin sofort eingelenkt und sich bereit erklärt, seine Geschäftsbedingungen für Verbraucher mit gewöhnlichem Wohnsitz in der Europäischen Union umgehend zu überarbeiten. Konkret hatten die AGBs vor der Anpassung vorgesehen, dass etwaige Streitigkeiten mit Instagram nur vor kalifornischen Gerichten ausgefochten werden dürfen, nicht etwa vor Gerichten im Residenzland des Nutzers. Zudem sollte lediglich das kalifornische Verbraucherrecht gelten, welches in einigen Teilen weitaus lockerer ausgestaltet ist als beispielsweise das deutsche. Des Weiteren haben die alten AGBs Instagram weitreichende Nutzungsrechte an den Bildern und Filmen der Nutzer zugestanden – unter anderem auch das Recht, mit dem Content werben zu dürfen.
Alle o.g. Punkte wurden in den AGBs von Instagram bereits im November letzten Jahres überarbeitet. So gilt nun für User mit Wohnsitz in der EU das Recht ihres Wohnsitzes und etwaige Streitigkeiten mit dem US-Unternehmen sind vor Gerichten an dem jeweiligen Wohnort des Verbrauchers auszufechten. Überdies wurden die Passagen zum geistigen Eigentum an das deutsche Urheberrecht angepasst. Dabei wird festgelegt, dass der User Instagram eine nicht-exklusive, unterlizenzierbare, weltweite Lizenz zur Nutzung der Inhalte, die er auf Instagram postet, gewährt. Diese Lizenz dient laut AGBs ausdrücklich nur dem Zweck der Zurverfügungstellung des Instagram-Dienstes und sie endet, wenn der User seine Inhalte löscht.
Auch wenn es eigentlich nicht notwendig sein sollte, einen millionenschweren Konzern wie Instagram bezüglich ihrer AGBs abzumahnen, sehen wir es sehr positiv, dass Instagram ohne zu zögern eingelenkt und entsprechende Anpassungen vorgenommen hat.

eBay trennt sich von PayPal

Mit einer erstaunlichen Meldung wartete die Auktionsplattform eBay auf. Man beabsichtige den Zahlungsdienstleister zu wechseln und die Zusammenarbeit mit dem Bezahldienst PayPal in der jetzigen Form zu beenden. In diesem Zusammenhang sollen ab 2020 Zahlungen über den niederländischen Dienst Adyen abgewickelt werden. Für eBay Kunden besteht allerdings kein Grund zur Panik, denn PayPal bleibt noch bis mindestens 2023 eine Option.
eBay will den Kunden ein vereinfachtes Preismodell geben und den Käufern sollen mehr Bezahlmöglichkeiten eingeräumt werden. Dazu entwickelt eBay in Zusammenarbeit mit Adyen ein neues Bezahlsystem, das jedoch dem Unternehmen mehr Kontrollmöglichkeiten bietet, indem eBay bei Zahlungen selbst als Mittelsmann fungiert. Die Kunden überweisen direkt an die Plattform und eBay gibt den Betrag an die Verkäufer weiter.
eBay hatte PayPal 2002 für 1,5 Milliarden US-Dollar gekauft. Nach 13 Jahren trennten sich die Beiden wieder und eBay brachte PayPal 2015 als eigenständiges Unternehmen zurück an die Börse. Besonders pikant ist, dass damals noch etwa ein Drittel der PayPal-Erlöse von eBay kam.

Künstliche Intelligenz

Durch künstliche Intelligenz sollen weltweit 2,3 Millionen zusätzliche Arbeitsplätze entstehen. Wiederum sollen aber nur 1,8 Millionen Arbeitsplätze durch künstliche Intelligenz wegfallen. Das würde ein Plus von 0,5 Millionen Arbeitsplätzen bedeuten. Svetlana Sicular, Research Vice President bei Gartner, gibt jedoch zu bedenken, dass Führungskräfte bei der Investition in KI-Systeme auch mit einem möglichen kurzfristigen Verlust von Arbeitsplätzen rechnen sollten. Auf jeden Fall soll in den kommenden fünf Jahren insgesamt jeder fünfte Arbeitnehmer mit maschinellem Lernen in Berührung kommen.

Kodak-Launch

Das Fotounternehmen Kodak plant den Launch einer auf Blockchain-Technologie basierenden Bildrechte-Plattform namens Kodakone, sowie eine eigene Krypowährung, Kodakcoin. Die Ankündigung sorgte an der Börse für Aufsehen und ließ den Kurs der Kodak-Aktie um 130 Prozent ansteigen. Fotografen sollen ihre Bilder auf der angekündigten Bildrechte-Plattform registrieren und lizenzieren können. Urheberrechtsverletzungen sollen dabei automatisch aufgespürt werden können. Ein ICO (Initial Coin Offering) ist bereits für 31. Januar geplant. Es ist bislang noch nicht bekannt, ob sich deutsche Investoren beteiligen können.

Elektrifizierung

Die norwegische Regierung fördert massiv den Kauf von Elektroautos. Jetzt will man dieses Konzept auch auf den Flugverkehr übertragen. Flugzeughersteller Airbus und Boeing, die bereits jetzt Elektroflugzeuge entwickeln, erwarten seit langem ein solches Angebot.
Auf Autos mit Verbrennungsmotoren erhebt der Staat eine Steuer, die von den Emissionen und dem Gewicht des Fahrzeugs abhängig ist, sowie 25 Prozent Mehrwertsteuer. Bei Elektroautos entfallen diese Steuern. So ähnlich soll auch das Modell für die Luftfahrt aussehen um durch Steuervorteile die Umstellung auf elektrische Flugzeuge zu fördern und Anreize zu schaffen.
Für die Weiterentwicklung der Elektrifizierung braucht die Luftfahrtindustrie Kunden und einen Markt. Dag Falk-Petersen, Geschäftsführer von Avinor, kündigte auf einer Luftfahrtkonferenz in Oslo an, beides bieten zu können. Das staatliche Unternehmen betreibt über 40 Flughäfen in Norwegen. Er könne sich vorstellen, dass das Land in ein bis zwei Jahren eine Ausschreibung für den Kauf einiger Elektroflugzeuge mit zwölf bis 50 Sitzplätzen vorlege, meint Dag Falk-Petersen. Er ist außerdem überzeugt, dass Norwegen bis 2040 komplett elektrifiziert sein werde. Elektrische Flugzeuge seien ohnehin besser geeignet für die kleinen Flugplätze im Land, sie beschleunigten schneller und kämen deshalb auch mit kürzeren Startbahnen aus.

Durchbruch bei Übersetzungs-Programmen?

Eine maschinelle Übersetzung zu nutzen ist zwar für den User eine große Hilfe, aber diese dann auch eins zu eins zu nutzen, ist in der Regel unmöglich. Nun scheint einem Forscherteam bei Microsoft ein Durchbruch gelungen zu sein. Microsoft spricht sogar von einem „historischen Durchbruch“.
Das neu entwickelte System soll chinesische News genauso akkurat wie menschliche Übersetzer ins Englische übersetzen.
Dazu haben die Forscher ihr System mit 2000 Sätzen aus verschiedenen Nachrichtenquellen getestet. Externe Sprachexperten bestätigten die Genauigkeit der maschinellen Übersetzung. Das maschinelle Ergebnis wurde mit zwei unabhängig voneinander erstellen Texten von menschlichen Übersetzern verglichen.
Das Ergebnis sei verblüffend und ein echter Meilenstein in der Entwicklung von Übersetzungsprogrammen.
Dass eine maschinelle Übersetzung der menschlichen gleichkommt, sei ein Traum, schwärmt Xuedong Huang, der bei Microsoft für die Bereiche Sprache, natürliche Sprache und maschinelle Übersetzung verantwortlich ist.
Maschinelle Übersetzungen sind viel komplizierter als etwa die Spracherkennung, weil es bei Übersetzungen viel mehr Nuancen gibt und oftmals nicht nur Richtig oder Falsch. Man kann verschiedene Wörter benutzen, um genau dasselbe auszudrücken, aber man kann trotzdem nicht unbedingt sagen, welches Wort besser ist, erklärt Dr. Ming Zhou vom Microsoft Research Lab Asia.
Schwierig ist vor allem das tiefere Textverständnis, weshalb viele maschinelle Übersetzungen sehr holprig zu lesen und schwer zu verstehen sind. Das gilt vor allem für lange und komplexe Artikel. Die meiste Zeit dachten deshalb viele, dass eine menschliche Übersetzung niemals zu schlagen sei. Die Forscher sind endlich in der Lage, eine flüssige und natürlich klingende Übersetzung zu erzeugen, die auch den größeren Kontext beachtet, schreibt Microsoft.

Instagram boomt auch 2018

Das Werbegeschäft mit Instagram boomt weiter – auch für Fotografen! Im folgenden Artikel werden die wichtigsten News & Trends 2018 rundum Stories, Shop-Now und Änderungen der AGB zusammengefasst.

von Sophia Hoettinger

Besonders für Fotografen, Online-Marketing Experten aber auch für fotoaffine Privatpersonen sind in diesem Zusammenhang vor allem die Trends der populären Online-Fotoplattform interessant. Die Facebook-Tochter bringt es monatlich auf stolze 800 Millionen Nutzer weltweit – und ein Ende des Wachstums ist vorerst nicht in Sicht. Neben vielen Privatpersonen haben vor allem Unternehmen das beliebte Netzwerk als Werbeplattform entdeckt. Ob nun als reiner Firmen-Account oder durch Influencer als Werbeträger: das Werbegeschäft mit Instagram boomt wie nie zuvor. Copytrack hat die wichtigsten Instagram-Trends für 2018 zusammengefasst:

Instagram Story

2017 war gefühlt DAS Jahr der Instagram Stories. Während 2016 noch Snapchat die wichtigste Plattform für temporären Content war, konnte Instagram den Konkurrenten im letzten Jahr überholen. Ein Ende des Hypes um die kurzen Videos, die 24 Stunden nach ihrer Erstellung verschwinden, ist auch für 2018 nicht in Sicht. Für Marketingzwecke wird diese Art von Content vermutlich noch stärker in den Fokus rücken, und das aus gutem Grund. Die Stories sind im Feed ganz oben positioniert und fallen dadurch gleich ins Auge. Außerdem erzeugt die Kurzlebigkeit der Stories bei vielen Nutzern das Gefühl, etwas zu verpassen, wenn sie diese nicht täglich checken.
Auch für professionelle Fotografen könnte diese Art von Content zu Marketingzwecken sinnvoll sein. Während viele Fotografen in ihrem regulären Instagram Feed vor allem ihre Arbeit vorstellen, gibt ihnen das Stories-Feature die Möglichkeit, dem Profil ohne großen Aufwand etwas Persönlichkeit zu verleihen und einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren.

Instagram Live

Ähnlich wie Instagram Stories hat sich die Popularität von Video Inhalten auf Instagram bereits 2017 etabliert und wird im Jahr 2018 auch weiter zunehmen. Instagram Live befindet sich auf einem Höhenflug, der nicht so bald enden wird: Immer mehr Firmen nutzen die Live-Funktion, um mit ihren Kunden auf authentischem Wege zu kommunizieren.
Generell sehen wir bei Instagram einen deutlichen Trend zu mehr Authentizität – ob nun durch Stories oder Instagram Live. Auch wenn das bestimmt nicht das Ende der perfekt ausgeleuchteten und inszenierten Instagram-Fotos ist, ist es dennoch ein Schritt hin zu mehr Nahbarkeit und direkter Kommunikation.

Shop-Now

Anfang 2017 hat Instagram im Zuge eines Updates ein Feature hinzugefügt welches essenziell für die Zukunft der Fotoplattform sein könnte. Wir sprechen hier von der “Shop-Now” Funktion, welche es Unternehmen erlaubt, ihre Produkte direkt über Instagram zu verkaufen. Das Shopping-Erlebnis könnte einfacher nicht sein: Das Lieblings-Bild des Fotografen ist nur ein paar Klicks entfernt – vorausgesetzt, der Anbieter-Account verfügt über genügend Follower und betreibt einen Instagram-Business-Account.
Während sich dieses Feature 2017 noch in der Testphase befand, glauben Insider an seine wachsende Popularität im Jahr 2018. Für Fotografen könnte hier eine neue Gelegenheit entstehen, Bilder oder Bild-Produkte direkt über die Werbeplattform an ihre Kunden zu verkaufen.

Zweite Runde des Crowdsales

Copytrack, das Portal zur Registrierung von Urheberrechten auf Basis der Blockchain, bereitet den Eintritt in die zweite Runde des Crowdsales vor, während der äußerst erfolgreiche Token-Vorverkauf zu Ende geht.

Copytrack ist einer der weltweiten Marktführer im Bereich Urheberrechtsschutz von digitalen Bildern. Das Unternehmen ist in über 140 Ländern aktiv und allein 2017 wurde ein Schadenvolumen von über 20.000.000 US-Dollar generiert. Das kommende „Global Copyright Register" ist der nächste große Meilenstein auf der Mission, Bilddiebstahl zu verhindern und die Bilder von Fotografen zu schützen. Durch die Registrierung von Bildern auf der Blockchain können digitale Bilder zukünftig noch besser geschützt und noch einfacher lizenziert werden.
Dank der Erfolgsbilanz von Copytrack und der innovativen Roadmap konnten alle Token des Vorverkaufes ausverkauft werden. Das brachte von über 2.900 Unterstützern mehr als vier Mio. USD ein.
Alle Teilnahmebedingungen zum ICO finden Sie auf: copytrack.io – Am ICO kann man mit einem Mindestbeitrag von 0,1 ETH teilnehmen.

Ein globales Urheberrechtsregister, um Bilderklau für immer zu lösen

Copytrack wurde 2014 in Berlin gegründet und ist heute Weltmarktführer beim Schutz vor Bilderklau. Während Copytrack seine proprietäre Bilderkennungstechnologie anwendet, um Bilder im Internet zu crawlen und Urheberrechtsverletzungen zu erkennen, erkennt das Unternehmen auch, dass der Markt für digitale Bilder „kaputt" ist. 85 Prozent aller online verwendeten Bilder werden ohne gültige Lizenz verwendet und vorhandene Schutzmaßnahmen wie Wasserzeichen und Tracking-Pixel werden leicht umgangen. Mit dem aktuellen Projekt „Global Copyright Register" stellt Copytrack den Markt auf den Kopf. Das Urheberrechtsregister ist unter Verwendung der Blockchain- und Smart-Contract-Technologie eine völlig neue Herangehensweise, wie Fotografen ihre Bilder schützen und lizenzieren können.
CEO und Gründer Marcus Schmitt sagt: „Die Blockchain-Technologie bietet eine historische Chance, das jahrhundertalte Problem der Urheberrechtsverletzung zu lösen.
Das globale Urheberrechtsregister ermöglicht es Fotografen, Künstlern und Agenturen ihre Arbeiten zu registrieren, nachzuverfolgen und zu monetarisieren, ohne dass Vermittler benötigt werden. Auf diesem Weg wird die Multimilliarden-Dollar-Lizenzierungsbranche für Käufer und Verkäufer transparenter und fairer."

Wie man am ICO-Verkauf teilnimmt

Teilnehmer können einfach auf copytrack.io gehen und auf den Button „Token kaufen" klicken. Hier muss der Käufer einige Daten bereitstellen, um auf die Whitelist gesetzt zu werden. Ist alles korrekt, wird innerhalb kürzester Zeit eine Bestätigungs-E-Mail mit einem Link an den Käufer gesendet, die es ermöglicht, Token zu kaufen.
Am Ende des Token-Verkaufs werden alle verbleibenden Token verbrannt. Die Gründer haben sich zu der folgenden Sperrfrist und Release-Plan verpflichtet: Nach einem sechsmonatigen Cliff erhalten sie 25 Prozent und danach jeden Monat fünf Prozent ihrer Zuteilung.
www.copytrack.com

„Global Copyright Register“

Copytrack steht in den Startlöchern für sein bislang aufregendstes Projekt: In Kürze wird das „Global Copyright Register“ live gehen: Es ist ein Vorhaben, das auf der Vision basiert, weltweit Streit und Missverständnisse im Bereich Urheberrecht aus dem Weg zu räumen, und das auf einer der modernsten Technologien für sichere und hochkomplexe Online-Datenbanken fußt: der Blockchain-Technologie.

von Andrea Feustel

Der Plan von Copytrack stößt vor allem bei Fotografen auf vielfachen Zuspruch. Doch ebenso zahlreich sind die Fragezeichen, denen das Unternehmen begegnet, wenn es um die technische Umsetzung und die Auswirkung der Neuerungen für Nutzer geht. Auch gibt es Unsicherheiten, inwiefern sich das Global Copyright Register vom bestehenden Service unterscheidet.
Vor diesem Hintergrund wird hier die Funktion des Global Copyright Registers erläutert, nachdem zunächst kurz die vielbesprochene und doch rätselhafte Blockchain-Technologie erklärt wird, auf der die spannendsten Innovationen im Online-Urheberrechtsschutz basieren.
Was ist die Blockchain?
Obwohl die Blockchain-Technologie vielerorts als die „nächste große Sache“ nach der Erfindung des Internets genannt wird, ist ihre Funktionsweise nicht unbedingt einfach zu verstehen. Die Blockchain ist eine kryptografisch gesicherte Datenbank und eine der sichersten Möglichkeiten, Informationen online zu verarbeiten. Jede Angabe, mit der eine Blockchain gefüttert wird, kann nachträglich nicht mehr geändert werden. Die Blockchain wird von einem dezentralen Netzwerk bereitgestellt, einem sogenannten Peer-to-Peer Netzwerk. Das bedeutet, dass jede Erweiterung von mehreren Peers, auch Miners genannt, bestätigt werden muss. Ist dies erfolgt, ist die Information „wie eingebrannt“ gesichert. Alle Teilnehmer des Netzwerkes können die Echtheit eines in der Blockchain gespeicherten Datensatzes einsehen und prüfen. Ursprünglich wurde die Blockchain als Abrechnungsmethode für die Kryptowährung „Bitcoin“ entwickelt. Doch heute ist sie für immer mehr neue und bestehende Geschäftsmodelle anwendbar.
Warum braucht die Welt ein Global Copyright Register?
Mit dem anspruchsvollen neuen Projekt möchte Copytrack die beiden Hauptprobleme des Umgangs mit digitalen Inhalten im Internet lösen: mangelhafte Eigentumsnachweise für Originalinhalte und von ihnen abgeleitete Werke sowie Intransparenz des Lizenzmarktes für digitale Inhalte im Internet. Mit Hilfe der Blockchain wird ein Online-Umfeld geschaffen, dessen Service kostenlos ist und Bildbesitzern wie Bildnutzern gleichermaßen dienen soll. Fotografen können Bilder hochladen und gleichzeitig ihre Urheberschaft an diesen dauerhaft registrieren und belegbar machen. Jedes in der Blockchain gespeicherte Bild wird für immer mit seinem Urheber und den von ihm hinterlegten Nutzungsbedingungen verknüpft und einsehbar sein. Bildnutzer wiederum können eine Urheberschaft mittels der Plattform unkompliziert recherchieren.

Im Detail: Wie funktioniert der Service des globalen Copyright Registers?

Die Registrierung im Global Copyright Register ist eine Sicherheit für die Zukunft. Zurzeit sind online gestellte Inhalte oft nur schwer zurückzuverfolgen und Eigentümer entsprechend schwer auszumachen. Bilderklau – ob bewusst oder unbewusst – ist an der Tagesordnung.
Während der bereits bestehende Service von Copytrack die Aufklärung und Entschädigung bereits entstandener Schäden in Bezug auf nicht lizenzierte Bilder im Internet regelt, wird das Global Copyright Register zukünftig präventive Maßnahmen übernehmen und Transparenz in den Markt bringen. Bilderklau soll so von vorneherein vermieden werden.
Wer das Global Copyright Register nutzen will, muss zunächst einen komplexen Identifizierungsprozess durchlaufen. Sobald ein Nutzer ein Konto erfolgreich verifiziert hat, kann er seine Bilder – im Kamera-RAW oder JPG Format – in das Register hochladen und so sein Urheberrecht an dem Werk registrieren. Anhand einiger Dokumente muss der Urheber die Metadaten des Bildes bestätigen. Sind alle Verifizierungsprozesse erfolgreich durchlaufen, werden die hochgeladenen Daten, bestehend aus Bild- sowie Teilen der Fotografendaten, verschlüsselt in die Blockchain geschrieben. Über die

Blockchain lässt sich nun jederzeit eindeutig feststellen, wann wer welches Bild registriert hat und demnach der rechtmäßige Urheber des Bildes ist. Aber nicht nur Urheber, sondern auch Bildnutzer profitieren vom Global Copyright Register: Wie bereits angedeutet wurde, konnte man in der Vergangenheit beobachten, dass unrechtmäßige Verwendungen von Bildern nicht immer vorsätzliche Straftaten sind – oft gibt es Situationen, in denen der Bildnutzer das Urheberrecht nicht richtig verstanden hat und sich seiner Schuld gar nicht bewusst ist. Neben der Sicherung der Urhebernachweise sollen daher im Global Copyright Register auch Bildnutzer wie Webseitenbetreiber oder Agenturen Bilder in eine sogenannte Rückwärtssuche hochladen können. Die Suchfunktion führt schnell und zuverlässig zum Urheber des Bildes und dessen Nutzungsbedingungen. Unbewusster Bilderklau soll so verhindert werden.
Ein weiterer wichtiger Punkt in der Planung von Copytrack wird ein virtueller, offener Marktplatz sein, der auf der „smart Contract-Technologie“ basiert. Durch diesen haben potentielle Bildnutzer die Möglichkeit, ein Bild direkt beim Autor zu lizenzieren. Solch ein Verkauf wird auf Basis der individuellen Lizenzen stattfinden, die der Urheber vorher genau festgelegt und in der Plattform registriert hat. Copytrack schafft auf diese Weise eine nie dagewesene Transparenz im „digitalen Bildmarkt“ und einen ungehinderten Austausch zwischen Urheber und Nutzer.
Um zusätzlich auch die Transaktionskosten zwischen den Teilnehmern zu minimieren, hat Copytack die Kryptowährung CPY Token eingeführt. Auch will das Unternehmen so die Lizenzeinnahmen von Fotografen steigern. Des Weiteren wird ein weit verbreitetes Problem der Fotografen gelöst: die Abhängigkeit von großen Agenturen und den von diesen vorgegebenen Dumpingpreisen und Lizenzbestimmungen.
Wie ist der Zeitplan?
Das Global Copyright Register wird bereits Mitte 2018 eingeführt. Nutzer können ab dann ein Konto erstellen, ihre Bilder hochladen und ihr Urheberrecht autorisieren. Die nächste wichtige Stufe ist die Entwicklung der öffentlichen Plattform für weitere Medienarten neben Fotografie. Diese wird voraussichtlich gegen Ende 2018 abgeschlossen sein und ermöglicht es großen Unternehmen, das Global Copyright Register in ihr System zu integrieren und so ihre Urheberrechte an Audio-, Bild- und Videoarbeiten zu registrieren. Weitere Informationen zur Vorgehensweise können der Roadmap entnommen werden. Es liegt immer in der Hand der Nutzer, das globale Copyright Register zu verwenden und Teil der beschriebenen Neuerungen zu werden. Selbstverständlich wird aber auch der bestehende Service zur nachträglichen Lizenzierung bei Bilderklau zukünftig weiterhin uneingeschränkt jedem zur Verfügung stehen.
Weitere Informationen sind auf der offiziellen Webseite zu finden.

andrea.feustel@copytrack.com, Tel: +49 - 30 - 809.332.961,
Fax: +49 - 30 - 809.332.999

Weltweit exklusiv

Die bislang als eigenständige Partner organisierten Unternehmen picturemaxx AG und picturemaxx international GmbH werden das nationale und internationale Geschäft unter dem Dach der picturemaxx AG bündeln. Vertragsvereinbarungen mit internationalen Kunden, die beispielsweise Backstage oder Mediaport einsetzen, wie auch Medienkäufer mit my-picturemaxx, führen ihre Vertragsvereinbarungen bei der picturemaxx AG fort.
Durch diesen Schritt will das Unternehmen künftige Marktveränderungen noch schneller erfassen können und organisatorisch effizienter werden. Benjamin Neu, Vorstand der picturemaxx AG, resümiert: „Die picturemaxx international hat großen Anteil an der Ausweitung unseres picturemaxx Mediennetzwerks und dem Aufbau erfolgreicher Kundenbeziehungen, vor allem in den USA und Großbritannien. Genau diese Märkte haben auch zunehmenden Einfluss auf die künftige Ausrichtung von picturemaxx. Die globale Sicht wird für uns immer bedeutsamer und die Zusammenlegung passt zur anstehenden Phase der Unternehmensweiterentwicklung.“
Auch Andreas Herzog, bislang Managing Director der picturemaxx international GmbH, sieht in der Zusammenlegung besondere Vorteile: „Wir müssen uns gerade im Hinblick auf notwendige Innovationen noch deutlich stärker auf die kommenden Marktbedürfnisse und den weltweiten Ausbau unseres Mediennetzwerks fokussieren.“ Als Senior Vice Presidents der picturemaxx AG werden Andreas Herzog und Olya Evanitsky weiterhin die internationale Expansion und die Betreuung der internationalen Kunden verantworten.

Impressum. VISUELL

Herausgeberin:	Marie Franzen
Verlagsanschrift:	Presseinformation VISUELL Dieter Franzen Verlag Eichelbergstraße 17 76456 Kuppenheim
Kontaktdaten:	Tel: +49 (0)7222-40 89 50 Fax: +49 (0)7222-40 89 52 E-mail: info@franzen-verlag.de www.piag.de
Redaktion VISUELL:	Dieter Franzen, Dr. Ulrich Philipp, Gisela Nicklas
Weitere Autoren dieser Ausgabe:	Klaus Plaumann, Alfred Büllesbach, Lutz Nahold, Marc Polley, Nina Güntzel, Sandra Spiegelsberger, Andrea Feustel, RA Timo Schutt, Mary Eising, Ninja Kage, Udo Höcke, Sophia Hoettinger
Marketing/Anzeigen:	Tel: +49 (0)7222-40 89 50 E-mail: info@franzen-verlag.de Mediadaten unter www.piag.de (VISUELL Mediadaten 2018)
Bezugskosten:	Die VISUELL erscheint als ePaper. Abo, 4 Ausgaben pro Jahr 23,60 € Das Abo endet jeweils zum 31.12. Einzelbezug 5,90 € pro Ausgabe. Abo-Verlängerung automatisch, sofern nicht 4 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums gekündigt wurde.
Bestellung:	Tel: +49 (0)7222-40 89 50 E-mail: info@franzen-verlag.de
Bankverbindung:	Fidor Bank AG München IBAN DE94 7002 2200 0020 0207 09 BIC (SWIFT) FDDODEMM
Grafik:	Inka Carolin Zellner
Lektorat:	Gisela Nicklas
Erscheinungsweise:	VISUELL erscheint vierteljährlich. Die nächste Ausgabe erscheint im März 2018, Musterseiten können Sie unter Angabe des Namens und der E-Mail-Adresse beim Verlag anfordern.

Vorschau.



Steuerrad einer Luxusyacht © Marco Saß

Das nächste Heft erscheint im Juni 2018
Schwerpunktthema der VISUELL 2/2018
Träume zur Lande, zu Wasser und in der Luft


GLAMPOOL
LOGIN
Suche im Picturepool